

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Ühiskonnateaduste instituut
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni õppekava

Ivika Lehtsalu

**Sotsiaalmeedia kasutamine ja kasutamise reguleerimine Eesti
Kaitseväes: Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste Kõrgema
Sõjakooli kadettide kogemuste näitel**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Prof. Andra Siibak

Tartu 2017

SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD.....	7
1.1. Informatsiooniline privaatsus internetis.....	7
1.2. Sotsiaalmeedia kasutamine ja sellega kaasnevad võimalused USA sõjaväes ja Eesti Kaitseväes	9
1.3. Sotsiaalmeedia kasutamisega seotud riskid USA sõjaväes ja Eesti Kaitseväes	11
1.4. Sõjaväelaste sotsiaalmeedia kasutuse põhjused.....	14
1.5. Sõjaväelaste ja kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine	16
1.5.1. Sõjaväelaste ja kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimise juhendmaterjalid.....	16
1.6. Juhtumid Eesti kaitsejõudude sotsiaalmeedia kasutusest	19
1.6.1. Endise kaitseväe staabi- ja sidepataljoni teavituskeskuse ohvitser kapten Hannes Võrno juhtum	20
1.6.2. Kaitseliidu endise avalike suhete osakonna spetsialisti Urmas Reitemanni juhtum	21
1.6.3. Õhuväe ülemä kolonel Jaak Tarieni juhtum.....	22
1.7. Uuringu eesmärk ja uurimisküsimused.....	24
2. VALIM JA MEETOD	25
2.1. Valim	25
2.2. Andmekogumismeetod	27
2.3. Andmeanalüüsi meetod.....	28
3. TULEMUSED	30
3.1. Sotsiaalmeedia kasutamise põhjused ja sellega kaasnevad võimalused kaitseväes	30
3.2. Sotsiaalmeedia kasutamisega kaasneda võivad riskid kaitseväes.....	32
3.3. Kaitseväelaste isiklik ja tööalane sotsiaalmeedia kasutamine	34
3.4. Intervjueeritavate kasutatavad võtted privaatsuse kaitsmiseks sotsiaalmeedias.....	37
3.5. Kaitseväelaste teadlikkus sotsiaalmeedia kasutusega seonduvatest regulatsioonidest kaitseväes	39
3.6. Enese tegevuse piiramise tunnetamine sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimise tõttu	42
3.7. Kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonide roll.....	44
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON.....	47

4.1. Sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes.....	47
4.2. Kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutus.....	49
4.3. Privaatsuse kaitsmise võtted sotsiaalmeedias	51
4.4. Sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine kaitseväes	52
4.5. Kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonide roll.....	53
4.6. Meetodi kriitika.....	54
4.7. Edasised uuringud.....	56
KOKKUVÕTE	57
Summary.....	59
KASUTATUD ALLIKAD	61
LISAD	68
Lisa 1. Intervjuukava	68

SISSEJUHATUS

Informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogia areng on suuresti mõjutanud militaartegevust (Lawson, 2014: 226) ning sotsiaalmeedia on muutunud militaarsektoris üha tähtsamaks kommunikatsioonikanaliks (Social media in..., 2016). Kuna militaarvaldkonnas tegutsevad inimesed kasutavad aina enam sotsiaalmeediat (Perry, 2010) nii ideede jagamiseks, sisu loomiseks ja muutmiseks kui ka suhete tekitamiseks (Mount ja Martinez, 2014: 126), tuleb antud sektoris pidevalt ajakohastada ka reegleid, mis sotsiaalmeedia kasutamist puudutavad.

II maailmasõja ajal levinud ütlus „loose lips sink ships“ (liigne rääkimine viib hukatusse), mis vihjas tundliku informatsiooni lekkimisele, oli toona eriti aktuaalne kodustele saadetud kirjade kontekstis, kuna ülemad muretsesid, et sõdurid reedavad kirjas vägede asukoha, liikumistrajektoori või lahingute tulemusi (Yeung ja Olikar, 2015). Kui II maailmasõja päevil kustutasid tsensorid sõdurite kirjadest enne välja saatmist problemaatilise sisu, siis nüüdisajal on tehnoloogia arenedes keeruline takistada sõdurit sotsiaalmeediasse postitamast (*ibid.*) ning jagamast informatsiooni, mis võib potentsiaalselt ohtu seada nii sõdurite julgeoleku kui ka kahju tuua riigile.

Leian, et olukorras, kus kaitsevägi ja kaitseväelased ise on hakanud üha aktiivsemalt sotsiaalmeediat kasutama, tuleb aina enam mõelda sellise praktikaga kaasneda võivatele võimalustele ja ohtudele. Teema olulisust on teadvustatud näiteks ka Kaitseväe Ühendatud Õppeasutustes (edaspidi KVÜÕA), kus juba praegu mängitakse infooperatsioonide harjutuste käigus läbi erinevaid reaalseid stsenaariume (Kaukvere, 2016). Lisaks KVÜÕA-le on sotsiaalmeedias esindatud ka Eesti Kaitsevägi, mis lõi 2010. aasta märtsis Facebooki ja Youtube'i Sõdurilehe-nimelised kasutajad ning 2015. aasta algul Twitterisse kasutaja @kaitsevägi (Karotamm, 2015). Sõdurileht, mis oli algselt kaitseväes paberkandjal ilmuva Sõdurilehe digitaalne vorm, pakkudes samu kirjutisi, foto- ja videomaterjali, on nüüdseks oma sisult paberlehest eristuv ning eelkõige kiirele infoedastusele orienteeritud (*ibid.*).

Lisaks ametlikele kaitseväe poolt kasutatavatele sotsiaalmeedia platvormidele kasutavad sotsiaalmeediat kaitseväelased ise. Kuna kaitseväelaste valduses on riigikaitsega seotud

tundlikku teavet, on nii riigi kui ka kaitseväelaste endi julgeoleku seisukohast tähtis, et nad ei avaldaks sotsiaalmeedias ega mujal informatsiooni, mis võiks julgeoleku ohtu seada. Peale selle näitavad viimaste aastate reaalsed juhtumid, et kaitseväelased võivad organisatsioonile mainekahju tekitada ka ebasobivaid sotsiaalmeedia postitusi tehes.

Antud töö eesmärgiks on uurida, millised on kaitseväelaste arvates sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes ja kuidas kaitseväelased ise sotsiaalmeediat kasutavad ning milliseid privaatsusstrateegiaid intervjueritavad oma kontodel rakendavad. Samuti on eesmärgiks uurida, kuivõrd teadlikud on kaitseväelased kaitseväe jaoks kohaldatud sotsiaalmeedia regulatsioonidest ja mida nad neist arvavad. Uurimisküsimustele vastamiseks viisin läbi kümme individuaalintervjuud KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kadetiga.

Käesolev töö on jätk 2017. aasta jaanuaris kaitstud samateemalisele seminaritööle. Töö jaguneb neljaks suuremaks osaks, milleks on teoreetilised ja empiirilised lähtekohad, meetodika, tulemused ja järeldused ning diskussioon. Esimeses osas annan ülevaate privaatsusest internetis, sotsiaalmeedia kasutamisega kaasnevatest peamistest võimalustest ja ohtudest militaarsektoris, sõjaväelaste isiklikust sotsiaalmeedia kasutusest, juhendmaterjalidest sotsiaalmeedia reguleerimise kohta kaitseväes ja sõjaväes ning tähelepanu pälvinud juhtumitest seoses Eesti kaitsejõudude sotsiaalmeedia kasutusega. Teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade peatüki lõpetavad uurimisküsimused. Töö teises osas annan ülevaate valimist ja meetodist, kolmandas esitlen uuringu käigus selgunud tulemusi illustreerides leide intervjueritavate tsitaatidega ning neljandas osas toon välja peamised uuringust nähtuvad järeldused, diskuteerin leidude üle, reflekteerin kriitiliselt kasutatud meetodit ja valimit ning toon välja soovitused edasisteks uuringuteks.

Töö teoreetiline osa põhineb suuresti Ameerika Ühendriikide materjalidel, kuna seal on palju tegeletud sotsiaalmeedia kasutuse uurimisega sõjaväes. Lisaks on paljud USA sellekohased materjalid internetis avalikult kättesaadavad võrreldes näiteks Eesti materjalidega. Küll aga olen toonud töösse ka võimalikult palju Eesti näiteid. Kuna USA-s on sõjavägi ja Eestis kaitsevägi, kasutan töös Eesti kontekstis ning uuritavate kogemustest rääkides termineid **kaitsevägi/kaitseväelane** ja töö teoreetilises osas kasutan USA kogemustest rääkides termineid **sõjavägi/sõjaväelane**. Kuigi sõnast „kaitsevägi“ on saanud sünonüüm sõnale „sõjavägi“, tasub eeldatavalt samatähenduslike sõnade kasutamisel olla ametlikus kirjavahetuses tähelepanelik, seda eelkõige välisriikidega suhtlemisel (Pääsuke ja Soon,

2012). Kasutan töös ka mõisteid **tsiviil** – mittesõjaväeline tegevus või eraisik, **militaar** – sõjaväeline tegevus või isik ning **reservväelane** – kaitseväekohuslane, kes pole kutsealune ega teeni asendus- või kaitseväeteenistuses ja on läbinud ajateenistuse (Kaitseväeteenistuse seadus, 2013).

Minu suurimad tänusõnad kuuluvad juhendajale professor Andra Siibakule, kelle tagasiside ja soovitusel kogu tööprotsessi ajal olid väga abistavad. Samuti tänan väga intervjuueeritud kaitsevälasi nende aja, kogemuste ja arvamuste jagamise eest ning ka Eesti Kaitseväge saadetud juhendi eest kaitseväelaste sotsiaalmeedias osalemise kohta, mida töös käsitleti. Tänu väärivad ka retsensent Ave Eerma, kes pakkus eelkaitsmisel töö täiendamiseks abistavaid soovitusi.

1. TEOREETILISED JA EMPIIRILISED LÄHTEKOHAD

Selles peatükis selgitan kõigepealt teemaga seotud mõistet „informatsiooniline privaatsus internetis“. Samuti annan ülevaate sotsiaalmeedia kasutuse praktikatest militaarsektoris ning kaardistan sellega kaasneda võivad kasutegurid ja ohud. Seejärel selgitan Katzi, Blumleri ja Gurevitchi tasude ja tarvete lähenemise ning Katzi, Gurevitchi ja Haasi (1973) teooriast lähtuvalt, milleks võivad sõjaväelased sotsiaalmeediat kasutada üksikisiku tasandil. Pärast seda tutvustan peamisi punkte kaitseväelastele ja sõjaväelastele mõeldud sotsiaalmeedia juhendmaterjalidest ning kirjeldan põgusalt 2015. aastal meedias tähelepanu pälvinud juhtumeid Eesti kaitsejõududega seotud isikute sotsiaalmeedia postitustest. Peatüki lõpus olen välja toonud uurimisküsimused.

1.1. Informatsiooniline privaatsus internetis

Informatsiooniline privaatsus on inimese võime kontrollida, millal, kuidas ja mil määral on tema isiklik info teistele kommuunikeeritud (Hong ja Thong, 2013: 276). Sarnase mõtte toob välja ka Tavani (2008), kelle kohaselt keskendutakse privaatsuse käsitlusel peamiselt kahele teooriale: piiratud juurdepääsu teooriale, mille kohaselt tähendab inimese informatsiooniline privaatsus tema võimet piirata või keelata teiste ligipääsu enda informatsioonile ning kontrolliteooriale, mille kohaselt on inimese privaatsus otseselt seotud kontrolliga oma informatsiooni üle. Tarbijate informatsioonilise privaatsuse seab aga ohtu see, et internet on üks populaarsemaid andmekandjaid, mille läbi edastatakse ja kogutakse arvukate ettevõtete poolt inimeste andmeid (Hong ja Thong, 2013: 276) näiteks nende igapäeva tegemiste, isikliku elustiili või finantside kohta (Tavani, 2008).

Tavani (2008) kohaselt on infotehnoloogia mõjutanud isiklikku privaatsust neljal põhjusel. Esiteks on kasvanud kogutava isikliku informatsiooni hulk, kuna võrreldes arvutieelse ajaga, mil informatsiooni ja dokumentide talletamiseks oli vaja füüsilist ruumi, talletatakse informatsioon tänapäeval elektrooniliselt arvutite andmebaasidesse. Teiseks on tohutult kasvanud isikliku informatsiooni vahetamise kiirus. Võrreldes arvutieelse ajaga, mil informatsioon ja dokumendid tuli füüsiliselt kohale toimetada, saab tänapäeval informatsiooni

andmebaaside vahel vahetada lausa millisekunditega. Kolmandaks on pikenenud informatsiooni säilitamise võimalused. Kuna tänapäeval ei pea informatsiooni enam füüsiliselt talletama, saab seda ka kauem säilitada. Neljandaks on muutunud kogutava ja töödeldava informatsiooni tüübid. (Tavani, 2008)

Inimesed kasutavad internetis oma privaatsuse kaitsmiseks mitmeid võimalusi. Oolo ja Siibak (2013) toovad välja viis laialt levinud privaatsust kaitsvat strateegiat. Esimene on valikuline informatsiooni jagamine, mille käigus inimene selekteerib, kes tema jagatavat informatsiooni näevad ja teistele on see salastatud (Lange, 2007: 369). Enda privaatsust saab kaitsta ka strateegiliselt informatsiooni jagades (Oolo ja Siibak, 2013). Ekstreemsemate juhtumite puhul võib näiteks enda sotsiaalmeedia konto iga päev pärast külastamist deaktiveerida või kustutada kõik kommentaarid pärast nende lugemist (boyd ja Marwick, 2011). Enda kujuteldava auditooriumi haldamiseks rakendatakse sageli ka enesetsensuuri, mis tähendab, et ei postitata teadlikult sellist sisu, mida erinevad olulised lugejad, näiteks lapsevanemad või tööandjad (Marwick ja boyd 2010) võiksid probleemsena tõlgendada. Seda strateegiat rakendades ei arutleta enda postitustes näiteks vastuoluliste või isiklike teemade üle ega kritiseerita kedagi (*ibid.*).

Neljandaks privaatsusstrateegiaks, mis sageli kasutust leiab, on erinevate identiteetide kasutamine ja valeinformatsiooni levitamine (Oolo ja Siibak, 2013). Seda strateegiat rakendades loob kasutaja endale erinevaid kontosid, pseudonüüme või hüüdnimesid, et varjata oma tõelist identiteeti (Marwick ja boyd, 2010). Privaatsuse kaitsmiseks kasutatakse ka erinevaid sotsiaalseid strateegiaid, näiteks sotsiaalset steganograafiat, mille korral peidavad kasutajad oma sõnumite tähendusi, nii et need oleksid arusaadavad vaid lähematele sõpradele (Livingstone, 2008: 405). Salasõnumeid saates antakse sageli uus ja isiklik tähendus näiteks popkultuurist tuntud sisule, postitades mõne laulu, mis kannab soovitud sõnumit või kodeeritud sõnumeid, millest saavad aru vaid teatud inimesed (boyd ja Marwick, 2011).

Lisaks erinevatele võimalustele, kuidas sotsiaalmeedias enda privaatsust hoida, väidavad mitmed uurijad (Moe, 2011; Jonasz, 2012), et tehnoloogia areng on toonud kaasa ka muutused inimeste üldises privaatsuse tunnetuses. Näiteks on Moe (2011) leidnud, et pärast 1980. aastat sündinud sõdurid on üles kasvanud tehnoloogiat kasutades, mistõttu pole neil sellist privaatsuse tunnetust, mis paneks neid mitu korda mõtlema, enne kui nad avaldavad

sotsiaalmeedias isiklikku informatsiooni, sealhulgas detaile oma elust, perest, poliitilistest vaadetest või fotosid, kus on kuvatud nende reaalse asukoht. Muutunud tunnetus isiklikust privaatsusest võib aga militaarkontekstis kahjustada operatsioonide turvalisust (*ibid.*). Oma väidete toetuseks kirjeldab Moe (2011) reaalselt juhtumit, kui avalikkus arvas, et Taliban mässulised tabasid Afganistanis kaks mereväelast ning kuna merevägi kartis, et meedia ja Taliban kasutavad enda kasuks ära meeste Facebooki kontodel olevat teavet, palus merevägi Facebooki haldajatel meeste kontod maha võtta (*ibid.*). Facebooki haldajad seda ka tegid ning see oli Moe (2011) arvates tänapäevases uue meedia keskkonnas hea näide proaktiivsest tegevusest turvalisuse tagamiseks. Tsiviilmaailmas võib inimese privaatsuse ja andmete kuritarvitamine kaasa tuua identiteedivarguse, kuid militaarmaailmas võib ohus olla inimeste elu (Moe, 2011). Seetõttu ongi oluline regulatsioonide olemasolu, mis aitaks tekitada ühiseid arusaamu ning et oleks olemas reeglid, mis aitaksid tagada nii turvalisust kui ka privaatsust.

1.2. Sotsiaalmeedia kasutamine ja sellega kaasnevad võimalused USA sõjaväes ja Eesti Kaitseväes

Mitmete autorite (Cuccio, 2014; Arold, 2016) arvates peab sõjavägi hoolikalt kaaluma sotsiaalmeedia kasutamise plusse ja miinuseid, kuna senised kogemused näitavad, et internetisuhtlust saab kasutada riigikaitse hüvanguks, kuid on ka riskid, mida sotsiaalmeedia kasutamine kaasa toob. Lawsoni (2014: 227) arvates tekib sotsiaalmeedia potentsiaalsetest ohtudest ja võimalustest rääkides küsimus, kas militaartegevus peaks sotsiaalmeedias üldse kajastatud olema ja kui palju seda peaks kajastama. Alljärgnevalt toon välja peamised põhjused ja võimalused, milleks sotsiaalmeediat militaarmaailmas kasutada saab.

Nii USA sõjavägi kui ka Eesti Kaitsevägi kasutavad sotsiaalmeediat näiteks selleks, et anda teada oma tegevustest ja olemusest näitamaks sõjaväe läbipaistvust (Ryan ja Thompson, 2016; Arold, 2016). Eestis on selle illestamiseks Facebooki lehekülg „Kaitseväe Veebel / SGM of Estonian Defence Forces“ (Kaitseväe veebli Facebooki..., 2017), mille kõige esimeses postituses ütleb kaitseväe ülemveebel Siim Saliste, et tema peamiseks eesmärgiks on jagada informatsiooni selle kohta, mis Eesti Kaitseväes toimub. Lisaks on Facebookis ja Instagramis esindatud ka Kõrgem Sõjakool, mis näitab samuti, millega Kõrgema Sõjakooli kadetid tegelevad. Ka Ameerika Ühendriikide armee kasutab sotsiaalmeediat, sest see pakub

kiiret ja tõhusat viisi sõnumite edastamiseks nii video, foto kui ka teksti näol ning suure hulga inimestega suhtlemiseks (Jonasz, 2012).

Perry (2010) toob välja, et kommunikatsioon läbi sotsiaalmeedia toimub järjepidevalt ja vähem kulukalt kui muu meedia kaudu ning tänapäeval saab sotsiaalmeediat kasutada igal ajal ja peaaegu kõikjal. Seda arvamust jagab ka Arold (2016: 79), kelle kohaselt on Eesti Kaitsevägi sotsiaalmeedia pakutavaid võimalusi kasutanud mitu aastat – tuntud on 18 246 jälgijaga [2017. mai lõpu seisuga] Sõdurilehe Facebooki leht ja 2071 tellijaga [2017. mai lõpu seisuga] Youtube'i kanal. Sõdurileht Facebookis kajastab kaitseväge tegemisi nii pildis, videos kui ka tekstis kodumaalt ja välisoperatsioonidelt (Sõdurilehe Facebooki leht, 2016).

Näiteks üle-eelmisel aastal loodi Facebooki kanal õppuse Siil 2015 jaoks, kus vahetati informatsiooni ja edastati postitusi, mida aitasid luua õppusele kutsutud (Arold, 2016: 79). Harjutusväljale jõudnutelt saadud tagasiside kohaselt märgati õppuse reklaame enim just sotsiaalmeedias, millest populaarsemaid vaatas umbes 200 000 inimest. Facebooki lehe kaudu sai ka õppust puudutavatele küsimustele vastuseid ning juhtnööre. Kuna paljud reservväelased saavad informatsiooni just internetist, pakubki sotsiaalmeedia kaitseväge võimalust jagada suurele hulgale inimestele teavet ja suuniseid näiteks õppuste kohta. (*ibid.*)

Üha rohkem kasutatakse sotsiaalmeediat ka sõdurite värbamiseks (Matthews-Juarez, Juarez ja Faulkner, 2013; Prindle, 2011). Näiteks Youtube'i videote kaudu võib edastatav sõnum jõuda suure inimhulgani (Perry, 2010). Siinjuures on oluline märkida, et Youtube'i postitatud videoid ei nähta kui propagandat, vaid pigem tähistavad need sõjaväe pingutust osalemaks Youtube'i kogukonnas (Eaton, 2007 viidatud Perry, 2010: 6 kaudu). Näiteks Kanada YouTube'i kanal nimega Canadian Armed Forces (Kanada relvajõud) ongi spetsiaalselt mõeldud sõdurite värbamiseks (Mirrlees, 2015). 2017. aasta mai lõpu seisuga on kanalil 12 764 tellijat (Canadian Armed Forces..., 2017). Nii USA kui ka Kanada sõjavägi kasutavad YouTube'i selleks, et üles laadida ning lasta ringleva videoid, mis propageerivad sõjaväe personali ja sõjaväelaste tegevusi positiivses valguses (Mirrlees, 2015). USA merevägi seevastu kasutab uute sõdurite värbamiseks Twitterit, mille kaudu on võimalik jõuda suure hulga potentsiaalsete huvilisteni, eelkõige üliõpilasteni (Prindle, 2011: 205).

Ka Eesti Kaitsevägi kasutab sotsiaalmeediat värbamise eesmärgil. Näiteks on Facebookis leht „Eesti Kaitseväge Värbamiskeskus“, mis pakub töökohti kaitseväes ning jagab kaitseväega

seotud uudiseid. Kõrgem Sõjakoolgi on viimastel aastatel teinud värbamiskampaaniat, mille eesmärgiks on kutsuda Kõrgemasse Sõjakooli uusi õppureid (Kõrgem sõjakool alustab..., 2016). Kampaania sõnumid on nähtavad Facebookis ja Youtube'is sõnumite, piltide ja videotena (Kõrgema Sõjakooli kodulehekül, 2016).

Sõjavägi kasutab Moe (2011) kohaselt sotsiaalmeediat ka selleks, et ümber lükata müüte ja valeinformatsiooni, et parandada oma mainet. USA vaenlased levitavad oma tõlgendusi sündmustest, mistõttu kasutab sõjavägi sotsiaalmeediat, et võimalikult kiiresti avalikkusele informatsiooni edastada ja ennetada seeläbi äärmuslaste propagandat. Traditsioonilistes meediaväljaannetes sõnumid filtreeritakse, aga sotsiaalmeedia võimaldab sõjaväel suhelda avalikkusega otse ja moonutamata sõnumiga. (*ibid.*) Lisaks sellele, et suhelda ja luua sidemeid avalikkusega, on sõjaväe jaoks oluline teha sotsiaalmeedias koostööd ka teiste organisatsioonidega. Mayfield (2011) toob välja, et sõjaväe sidemed akadeemiliste asutuste ja tööstustega on väga olulised ning need sidemed on juba olemas, kuid need peavad muutuma veelgi tugevamaks, et saavutada edu sotsiaalmeedia kasutamise strateegias.

Sotsiaalmeedia kasulikkus seisneb ka võimaluses tagasisidestada ehk julgustades inimesi ideid ja mõtteid vahetama (Moe, 2011). See näitab organisatsiooni soovi avada ennast laiemale rahvahulgale ning tekitab dialoogi, mille käigus saab sõjavägi osaleda avalikus arutelus ning vastata rahva küsimustele (*ibid.*). See aspekt on välja toodud ka Eesti erioperatsioonide väejuhatuse Facebooki lehel „Estonian Special Operations Forces“ (Estonian Special Operations..., 2017), mis kajastab erioperatsioonide väejuhatuse tegemisi ning kus julgustatakse samuti kasutajaid postitusi kommenteerima. Cunninghami (2010) kohaselt on tagasiside üks dialoogi vorm, mille abil saab muuta arusaamu, vahetada arvamusi ning muuta ka käitumist. Traditsiooniline meedia põhineb monoloogil – üks isik või grupp saadab sõnumeid paljudele inimestele, kuid sotsiaalmeedia on dialoogikeskne – paljud inimesed vahetavad sõnumeid teiste inimestega (Cunningham, 2010: 111).

1.3. Sotsiaalmeedia kasutamisega seotud riskid USA sõjaväes ja Eesti Kaitseväes

Kuigi sotsiaalmeedia kasutamisel on palju võimalikke kasutegureid, võib militaarmaailmas sotsiaalmeedia kasutamisel olla ka oma hind. Perry (2010: 43) arvates on sotsiaalmeedia

kasutamisega kaasneda võib kõige suurem oht kaotada tundlikku või salastatud teavet. Ka Lawsoni (2014) kohaselt võib informatsiooni vaadelda kui läbi infotehnoloogia levitatavaid töödeldud ja jagatud andmeid. Ligipääs sotsiaalmeediale ja selle kergekäeline kasutamine seab ohtu konfidentsiaalsuse ja andmete kättesaadavuse (*ibid.*). Sõdur peab sotsiaalmeediat kasutades arvestama, et vaenlane jälgib (Rodewig, 2012) ning võib sotsiaalmeedia abil hankida informatsiooni sõjaväe tegevuse, võimekuse ja turvalisuse piirangute kohta (Perry, 2010: 43). Vaenlase kätte jõudnud teave võib ohustada käimasolevaid operatsioone ja julgeolekut (Cuccio, 2014: 67) ning võib ohtu seada ka sõdurite perekonnad (Rodewig, 2012). Pildid ja videod võivad tunduda kahjutud, kuid need võivad sisaldada olulist infot (Perry, 2010) ning kui sõjaväelased avaldavad sotsiaalmeedias liiga palju teavet, saab vaenlane nende kohta andmeid koguda ning on oht sattuda identiteedivarguse ohvriks (Cuccio, 2014: 67).

Liigse ja sensitiivse teabe jagamine sotsiaalmeedias on riskiks ka Eesti Kaitsevägele. Nimelt võib sotsiaalmeedias avaldatud teave olla väärtuslik kurjategijatele, terroristlikele organisatsioonidele või välisriikide luureteenistusele (Juhend kaitseväelaste osalemiseks..., 2011). Näiteks ilmus 2016. aasta septembrikuus uudis, mille kohaselt levitati sotsiaalmeedias pilte kaitseväge staabi- ja sidepataljoni saadetud kirjadest, kus teavitati saajaid nende sõjaaja ametikohast (Mihelson, 2016). Kuigi kaitsevägi ütles hiljem, et ei soovita fotosid sotsiaalmeedias avaldada, polnud kirjadel märget, et selle saaja võiks kirja eksponeerimisest hoiduda. Kaitseväge strateegilise kommunikatsiooni osakonna juhataja Vallo Toomet ütles, et nad ei saa igale poole kirjutada, kuidas käituma peab ning ta ei pea seda ka vajalikuks, sest tema arvates on inimestel *common sense* [loogiline mõtlemine] ja nad saavad aru, et pole mõtet selliseid asju postitada. (*ibid.*) Kuigi Toomet ütles, et põhimõtteliselt ei ole see keelatud, kuid ta ei soovita neid pilte sotsiaalmeedias avaldada (*ibid.*), võib arvata, et tegu on väärtusliku informatsiooniga, mis võib olla kasulik teistele osapooltele.

Elektroonilisi vahetu suhtlemise kanaleid kasutavad ära ka elukutselised luurajad ning desinformatsiooni levitavad propagandistid, kellega Eesti kaitseväelased puutusid eelmisel aastal kokku reaalses elus ja harjutustegevuses (Arold, 2016: 80). Siil 2015 formeerimisfaasis [saabuva isikkoosseisu, varustuse ja materjali koondamine, ajutine hoidmine ja organiseerimine üksustesse, et valmistada need ette edasiliikumiseks ja edasiseks tegevuseks (Militerm, 2017)] postitasid õppuse korraldajad elektroonilistele aadressidele küsimused, mille abil prooviti kaitseväelastelt saada informatsiooni formeerimiskorraldusest. Siil 2015

mängukeskuse simuleeritud SMS-idega teabe saamisel uskusidki mõned reservväelased, et üksikvõitleja varustuse täiskomplekti omanikuks võib saada loteriil isiklikke teenistusalaseid andmeid teatades. Selline uurimine näitas, et infokeskkonna ohud on sama reaalsed kui ohud õhust ning varje ja kaitse on ellujäämiseks sama olulised. (*ibid.*)

Eespool positiivsena välja toodud aspekt, et sotsiaalmeedia võimaldab dialoogi teket, võib osutuda ka negatiivseks. Nimelt võib interaktiivne sotsiaalmeedia avaldada survet, et vastata kasutajate nõudmistele, kommentaaridele või küsimustele, kuid sõjaväe sotsiaalmeedia haldajad on julgeoleku tõttu ettevaatlikud, mil määral nad vestlust avavad (Perry, 2010). Sõjaväe jaoks on oluline vestlust kontrollida, kuid see on keeruline, kuna kasutajatel on vabadus kõike kirjutada ja küsida (*ibid.*). Perry (2010) kohaselt ei vasta mitmed militaarorganisatsioonid kasutajate kommentaaridele, vaid üksnes jälgivad ja kuulavad. Arvestades organisatsiooni sotsiaalmeedia eesmärki ja seda, et paljud kasutajad hindavad lehekülje usaldusväärsust sealse suhtumise ja vestluse põhjal, võib selline lähenemine kaasa tuua usaldusväärsuse kaotamise (*ibid.*). Viimast just põhjusel, et kommunikatsioon läbi sotsiaalmeedia peaks olema siiski kahepoolne (Cunningham, 2010: 111).

Veel üheks põhjuseks, miks sõjaväejuhid pelgavad sotsiaalmeediat kasutada, on hirm asukoha paljastamise ees, kuna sõdurid võivad postitusi tehes oma asukoha kergesti reeta. Cuccio (2014: 73) toob välja, et varem polnud GPSi, kuid nüüd postitavad sõdurid sotsiaalmeediasse, kuhu nad läinud on või kus nad hetkel asuvad, mis annab ükskõik kellele võimaluse isik üles leida. Sõdurite asukohast kuuleb tihtipeale ka pereliikmete käest, kes räägivad edasi, millal sõdur koju tuleb, millal ta ära läheb ja kuhu ta läheb (*ibid.*).

Sõdurid peavad sotsiaalmeediat kasutades teadma, et nad esindavad ka seal sõjaväge ning neilt oodatakse sobilikku käitumist kõikjal, sealhulgas sotsiaalmeedias (Rodewig, 2012). USA sõjaväe pressiesindaja kolonelleitnant Jennifer R. Johnsoni sõnul peegeldab sõjaväelaste käitumine sõjaväge ning selle väärtusi, vihjates 10. märtsil ilmunud artiklis sellele, kui USA mereväe naisliikmed postitasid paljastavalt poseerides sotsiaalmeediasse pilte (USA sõjavägi on..., 2017). Mõned sõdurid aga arvavad, et kui nad lähevad töölt koju ja panevad tsiviilriided selga, võivad nad sotsiaalmeedias teha kõike, mida soovivad (Rodewig, 2012). See on vääri arusaam, sest sõdur ei saa tööpäeva lõpus lakata sõdur olemast (*ibid.*). Sarnase mõtte toob välja ka Arold (2016: 80), kelle sõnul võib sotsiaalmeedia tunduda isiklik, aga on tegelikult avalik – inimesed koonduvad seal arutelugruppidesse, kust mõnikord jagatakse kellegi

sõnavõttu ka vestluses mitteosalevate tuttavatega. Ilma täpsema konteksti ja selgituseta jagatud sõnumi saajad võivad seda omamoodi tõlgendada ja edasi jagada. Edasise leviku puhul ei tunne saaja tõenäoliselt sõnumi algallikaga seotust ning see on tema jaoks anonüümne sõnum, kuid kui keegi edastusahelas oli aga kaitseväelane, võidakse seda käsitleda kaitseväge ametliku seisukohana (*ibid.*).

1.4. Sõjaväelaste sotsiaalmeedia kasutuse põhjused

Katzi, Blumleri ja Gurevitchi (1973) tasude ja tarvete teooriast tulenevalt lähtub inimene meediakasutuses enda isiklikest eesmärkidest ning tarbib meediat selleks, et enda teatud vajadusi rahuldada. Katz jt (1973) käsitlevad tasude ja tarvete lähenemises inimest iseteadliku ja aktiivsena, kes otsib eri variantide seast välja enda jaoks parima, et oma vajadusi rahuldada. Inimeste meediavaliku protsess on seotud sotsiaalse ja psühholoogilise päritolu vajadustega, mis genereerivad ootusi massimeedia või teiste allikate suhtes, mis viivad erinevate meediakasutuse mustriteni või teiste tegevustega tegelemiseni (*ibid.*). See annab tulemuseks vajaduse rahuldamise ja teised tagajärjed, mis on enamasti ettekavatsemata. Katz, Gurevitch ja Haas (1973: 166) on inimeste meediatarbimise vajadused täpsemalt sõnastanud ning jaganud need alljärgnevasse kategooriatesse:

- 1) kognitiivsed vajadused - seotud informatsiooni, teadmiste ja arusaamadega
- 2) afektiivsed vajadused - seotud esteetiliste, nauditavate ja emotsionaalsete kogemustega
- 3) kombineeritud vajadused - ühendab kognitiivsed ja afektiivsed elemendid, on seotud usutavuse, usaldusvärsuse, stabiilsuse ja staatusega
- 4) sotsiaalse integreerituse vajadus - olla ühenduses pere, sõprade, ülejäänud maailmaga
- 5) põgenemise või pingeid vabastav vajadus - enesega kontakti nõrgenemine ja sotsiaalsetest rollidest välja tulemine

Nendest kategooriatest tulenevalt toon alljärgnevalt välja põhjused, miks sõjaväelased peamiselt sotsiaalmeediat kasutavad.

USA Kaitseministeerium julgustab teenistuses olevaid liikmeid ja nende peresid sotsiaalmeediat kasutama informatsiooni saamiseks, looma ja säilitama sealseid toetavaid suhteid ja jagama arvamusi militaareluga seoses (Sherman, Kuhl, Westerhof, Majerle, Cheatum, Smith, Hawkey, Borden, Rudi, Steinham, 2015). Sotsiaalmeedia võimaldab inimestel saada kiirelt informatsiooni ükskõik, millisest maailma osast (Sherman jt, 2015: 13). Siinkohal võib näha kognitiivsete vajaduste rahuldamist, mille kohaselt saavad sõjaväelased sotsiaalmeedia abil informatsiooni ning jagada ühiseid teadmisi ja arusaamu.

Sotsiaalmeedia võimaldab sõjaväelastel kuuluda erinevatesse foorumitesse ja tugigruppidesse, kus nad saavad pakkuda ja vastu saada tuge samas olukorras olevatelt inimestelt. Eriti tähtis on toe saamine stressiolukorras (Sherman jt, 2015; Weber, 2013). Sõjaväelased saavadki sotsiaalmeedias jagada oma kogemusi ja ühiseid huvisid (Weber, 2013: 129). Siinkohal võib eeldada, et sotsiaalmeedia kasutamine võimaldab erinevate afektiivsete vajaduste rahuldamist, mis on peamiselt seotud emotsionaalsete kogemustega.

Sotsiaalmeedia kasutamine võib olla ajendatud ka kombineeritud vajaduste rahuldamise soovist. Näiteks ilmneb, et sõjaväelased kasutavad sotsiaalmeediat selleks, et vähendada eraldatuse tunnet ülejäänud ühiskonnast, kuna sotsiaalmeedia kaudu saavad nad olla ühenduses inimestega ka väljaspool sõjaväe ringkonda (*ibid.*). Lisaks pakub sotsiaalmeedia võimalust luua gruppe, mis suurendab omavahelist ühtsustunnet ning pakub sotsiaalset tuge (Sherman jt, 2015).

Sotsiaalmeedial on kahtlemata suur roll sõjaväelaste taasintegreerimisel tsiviilellu (Matthews-Juarez jt, 2013). Mitmete autorite (Cuccio, 2014; Moe, 2011) kohaselt on sotsiaalmeedia peamine vahend pere ja sõpradega kontakti hoidmisel, mis tähendab, et sotsiaalmeedia kaudu saab rahuldada ka sotsiaalse integreerituse vajadust. Suhtlus läbi sotsiaalmeedia võib täiendada näost näkku suhtlust, suurendada ühendatuse tunnet ning laiendada inimeste silmaringi (Sherman jt, 2015: 8). Mitmed sotsiaalmeedia platvormid võimaldavad osaleda reaalsaja sündmustel üle maailma ning suhelda suure hulga inimestega korraga (*ibid.*). Matthews-Juarez jt (2013: 770) toovad välja, et teenistuses olevad mehed ja naised kasutavad sotsiaalmeediat, et olla ühenduses pere ja sõpradega, jagada nendega sündmusi ja osaledagi „peaaegu reaalsaja“ sündmustes, näiteks oma laste sünnipäevapidudel või kooli lõpetamistel, kui nad ise füüsiliselt kohal olla ei saa.

Sotsiaalmeediat kasutatakse samuti lõõgastumiseks ja lõbusaks ajaviiteks (Sherman, 2015: 11). Sõdurid saavad sotsiaalmeedias teistega sõnumeid vahetada, internetilehekülgi sirvida, mängida, muusikat kuulata ja videoid vaadata (Edwards-Stewart, Smolenski, Reger, Bush ja Workman, 2016: 706). Ehk sotsiaalmeediat kasutades võib rahuldada ka enda lõõgastumise vajadust.

1.5. Sõjaväelaste ja kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine

Selles alapeatükis tutvustan erinevatele materjalidele tuginedes lühidalt erinevaid USA sõjaväelastele ja Eesti kaitseväelastele loodud juhendmaterjale sotsiaalmeedia kasutamiseks ning toon nendest välja peamised tähelepanu väärivad punktid. Oluline on märkida, et see loetelu juhenditest pole ammendav, sest neid materjale on veel. Selles töös käsitlen juhendeid, mis olid avalikult internetis kättesaadavad ning juhendit, mille sain Eesti Kaitseväelt.

Sotsiaalmeedia kasutust reguleeritakse eelkõige selleks, et tagada teenistuses olevate isikute ja nende perede sobivate postituste tegemist ning julgustada kasutajaid võtma vastutust oma postituste sisu eest (Sherman jt, 2015). Mitmete autorite (Cuccio, 2014; Moe, 2011) arvates on sõdurite koolitamine sotsiaalmeedia kasutamisel vajalik, et nad ei avaldaks salastatud informatsiooni ning saaksid aru, mis on avalikus ruumis aktsepteeritav. Sõdureid, keda pole sotsiaalmeedia alal koolitatud, peetakse märkimisväärseks julgeolekuriskiks (Perry, 2010).

1.5.1. Sõjaväelaste ja kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimise juhendmaterjalid

USA Kaitseministeerium on loonud arvukaid sotsiaalmeedia materjale. Ka Eestil on kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutamiseks eri materjale, kuid neid oli internetist raske leida, USA materjalid olid kättesaadavamad. Sõjaväelased võivad kasutada erinevaid sotsiaalmeedia platvorme, kui osalus neis ei riku Militaarõiguse koodeksit (Uniform Code of Military Justice) (Office of the..., 2014). Sotsiaalmeedia annab teenistuses olevatele inimestele võimaluse rääkida oma elust ja huvidest, samas on nad kohustatud järgima Militaarõiguse koodeksi reegleid ka töövälisel ajal (*ibid.*). Koodeksi kohaselt on keelatud kommenteerida või postitada materjali, mis rikub Militaarõiguse koodeksi reegleid, näiteks on karistatav, kui

sõjaväelased räägivad halvasti või lugupidamatult oma ülemustest või presidendist ning samuti on karistatav tundliku teabe avaldamine (Uniform Code of..., 1949).

Sarnased mõtted on välja toodud ka Eesti juhendis nimega „Juhend kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“ (2011). Nimelt kehtivad kaitseväe-sisestes eeskirjades, avaliku teenistuse eetikakoodeksis ja muudes aktides kirjeldatud käitumispõhimõtted ning avalikule ruumile kohased käitumisreeglid ka sotsiaalmeedias, kus on veelgi laialdasemad võimalused kujundada kaitseväe mainet. Teenistuja on kaitseväe esindaja ka eraisikuna sotsiaalmeedias osaledes ning oma nime all avaldatud isikliku arvamuse ja teenistuskohast tulenevate seisukohtade selgeks eristamiseks peab teenistuja lisama märke, et avaldatu väljendab tema isiklikku arvamust ega pruugi ühtida tema tööandja seisukohtadega. Jättes oma tegudest või arvamustest sotsiaalmeedias mitmemõttelisi ja vastandlikke tõlgendusi, võidakse need üle kanda kogu kaitseväele. (*ibid.*)

Tundliku teabe avaldamisest on samuti Eesti juhendis räägitud. Selle kohaselt tuleb sotsiaalmeediat kasutades vältida teabe avaldamist, mis võib kahjustada kaitseväe või kaitseväelaste turvalisust. Näiteks on keelatud edastada teavet riigisaladuse, salastatud välisteabe kohta, „asutusesiseseks kasutamiseks“ märgitud dokumente ja seal sisalduvat teavet, andmeid kaitseväe relvastuse ja varustuse hulga kohta, teavet lepingutest, milles pooled on kokku leppinud, et infot kolmandatele isikutele ei edastata või kaitseväe sisekorda rikkudes tehtud kaitseväe objektidest foto- või videoülesvõtteid. (*ibid.*)

Sensitiivse teabe jagamisega on seotud ka see, et sotsiaalmeedias tuleb veenduda, et suhtluse teine osapool on soovitud isik ja suhelda tuleks vaid nende isikutega, keda isiklikult tuntakse. Seda põhjusel, et sotsiaalmeedia kaudu saab libakonto abil ületada suhtlusbarjääri ning seeläbi hankida riigi seisukohalt tundlikku informatsiooni. Kõikvõimalikest rünnetest ja üleastumistest sotsiaalmeedias peab koheselt teada andma. (*ibid.*)

Lisaks võib jagada ainult sellist teavet, mis ei kahjusta teenistujat ennast, teisi teenistujaid, nende perekondi või lähedasi. Teabe avaldamisel, mis võib puudutada kellegi isiklikku elu ja delikaatseid isikuandmeid, tuleb eelnevalt küsida isiku nõusolekut ja loa puudumisel tuleb vältida teiste inimeste märkimist tekstides, fotodel või videotes. Kaitseväelane peab enne millegi avaldamist analüüsima selle sobilikkust avalikku ruumi, enda mainele ning kaitseväe

teavitustöö eesmärkidele. Keelatud on avaldada kompromiteerivaid jäädvustusi erapidudest, väljakutsuvatest või kahetimõistetavatest seisukohtadest ja tegevustest. (*ibid.*)

USA sõjaväe avalike suhete osakond on loonud sotsiaalmeedia kasutamiseks mitmeid käsiraamatuid, mis on olemas igale väeliigile. Kõige uuem neist (The United States Army Social Media Handbook) jagab sõduritele soovitusi, tutvustades nii seda, milleks sotsiaalmeediat kasutada kui ka pakkudes nimekirja sellest, kuidas luua ja käigus hoida ametlikku sotsiaalmeedia kontot, näiteks tuleb paika panna sotsiaalmeedia kasutamise eesmärk, lugeda sõjaväe sotsiaalmeedia poliitika ja juhendite kohta (Office of the..., 2016).

Lisaks annab käsiraamat ülevaate sotsiaalmeediaga seonduvatest petuskeemidest (näiteks identiteedivargus, rämpspost, väljapressimine) ning operatsioonide turvalisuse tagamisest (näiteks privaatsussätteid, mitte kasutada asukohal põhinevaid lehekülgi). Käsiraamatus on koos näidetega välja toodud, mida sõjaväelased peaksid sotsiaalmeedias tegema ja mida mitte (näiteks kontrolli, et postitus ei rikuks ohutusreegleid, ära eelda, et vaatajad saavad pildist samamoodi aru ja kirjuta pildi juurde pealkiri). (*ibid.*) Lisaks loetlevad käsiraamatud soovitusi, kuidas kaitsta sotsiaalmeedias oma andmeid (näiteks ära postita teavet täpsete kuupäevade või asukohtadega) ja kaitsta isiklikku informatsiooni suurendades privaatsussätteid (Sherman jt, 2015: 4).

Ka Eesti kaitseväelastele mõeldud juhend toob välja sarnased punktid. Nimelt tuleb sotsiaalmeediat kasutades kõigepealt kindlaks teha privaatsuse kaitsmise võimalused ning kõige isiklikum teave tuleks jätta kättesaadavaks vaid lähematele sõpradele ja tuttavatele (Juhend kaitseväelaste osalemiseks..., 2011). Samas tuleb eeldada, et privaatsussätteid ei taga jagatud teabe puutumatust või kaitstust soovimatu leviku eest ning tuleb arvestada, et igasugune teave sotsiaalmeedias on avalik. Sotsiaalmeedias ei tohiks avaldada oma isikukoodi, pangakonto numbreid, salasõnu ja muid turvaelemente, eraelulisi andmeid (kodune aadress, telefoninumber, laste andmed), andmeid teenistuskoha, ametikoha või tööülesannete kohta, kaitseväe e-posti aadressi ega töötelefonide numbreid. (*ibid.*)

USA sõjaväes on ka operatsioonide julgeolekuga (OPSEC-operations security – salastatud või tundliku informatsiooni kaitse) seotud materjalid (Ferdinando, 2013). Need hõlmavad samuti aspekte, mida sõdurid ja nende perekonnad sotsiaalmeedias tegema peaksid ning mida mitte. Näiteks ei tohi sotsiaalmeedias avaldada täpset teavet sõduri teenistuse kohta, sealhulgas tema

õppuste või missioonide asukohta, kuupäeva ega andmeid tema rühma kohta (The Do's and..., 2016).

Eestis on veel dokument nimega “Teavitustöö korraldus Kaitseliidus”, mida 2015. aastal täiendati sotsiaalmeedia käitumise peatükiga (Teder, 2015) ning „Ametnike väljendusvabaduse hea tava“, mida saab üle kanda ka kaitseväele ja Kaitseliidule. Igasugust suhtlemist sotsiaalmeedias tuleb käsitleda kui suhtlemist avalikkusega ja seda tehes tuleb järgida juhendit „Teavitustöö korraldus kaitseväes“ (Juhend kaitseväelaste osalemiseks..., 2011). Teenistuja peab arvestama, et meedia jaoks on sotsiaalmeedias avaldatud teave avalik info, mille kasutamisele on inimene avaldamiseks nõusoleku andnud. Lisaks neile juhenditele tuleb järgida üldtunnustatud internetiturvalisuse põhimõtteid ning kaitseväe infotehnoloogia eeskirja. Sotsiaalmeedia rakenduste kasutamisel läbi kaitseväe infotöötlussüsteemi peab teenistuja lähtuma enesedistsipliinist ja vahetu ülema antud korraldustest. (*ibid.*)

1.6. Juhtumid Eesti kaitsejõudude sotsiaalmeedia kasutusest

Endise kaitseväe staabi- ja sidepataljoni teavituskeskuse ohvitser Hannes Võrno, Kaitseliidu endise avalike suhete osakonna spetsialist Urmas Reitelmanni ja õhuväe ülem kolonel Jaak Tarien kirjutasid 2015. aastal oma Facebooki kontol pagulastest. Mehed väljendasid endi sõnul isiklikke seisukohti, kuid meedia tõi nende öeldu avalikkuse ette. Kuna Võrno ja Tarien töötasid toona kaitseväes ja Reitelmann Kaitseliidus, pidid organisatsioonid seisukoha võtma, mistõttu olid kaitsevägi ja Kaitseliit meedias pagulasteemaga seoses kajastatud. Võrno ja Reitelmanni juhtumite järel hakkas Kaitseliit enam tähelepanu pöörama sotsiaalmeedia käitumisele ning loodi Kaitseliidu eeskiri sotsiaalmeedias suhtlemiseks (Teder, 2015).

Alljärgnevalt kirjeldan lühidalt kolme ülal mainitud juhtumit. Puudutan ka dokumenti nimega „Ametnike väljendusvabaduse hea tava“, mille loomise ajendiks võisid mingil määral olla ka Võrno ja Reitelmanni juhtumid (Põld, 2015b).

1.6.1. Endise kaitseväe staabi- ja sidepataljoni teavituskeskuse ohvitser kapten Hannes Võrno juhtum

Hannes Võrno postitas 15. juunil Facebooki alljärgneva teksti.



Joonis 1. Kuvatõmmis Hannes Võrno Facebooki postitusest (Allikas: Põld, 2015b)

Võrno sõnul ei kasutanud ta Facebooki kontot ametlikult kaitseväelasena, vaid tegemist on isikliku kontoga. „Võin oma sõprade keskel jagada sellist infot, nagu tahan ja kui nemad seda laiali jagavad, on see nende küsimus. See on minu privaatsus ja ma võin enda privaatses keskkonnas öelda, mida soovin,“ lausus Võrno. (Võrno nimetas pagulasi..., 2015) Lucero, Alleni ja Elzweigi (2013) järgi võib tekkida probleem ka siis, kui postitus on tehtud väljaspool tööaega. Sotsiaalmeediasse postitades peabki arvestama, et sisu võib üldrahaliku või koguni rahvusvahelise arutelu objektiks saada ning seda peab arvestama tundlikku teavet kaitstes ja lisaks ei tohiks unustada igapäevases suhtluses kehtivaid viisakusreegleid (Arold, 2016: 79-80). Tegemist oli ainsa postitusega, mida Võrno jagas ka nendega, kes tema sõbralisti ei kuulu (Võrno nimetas pagulasi..., 2015).

Peastaabi strateegilise kommunikatsiooni osakonna juhataja Vallo Toometi sõnul pole Võrno arvamusaktsioon pagulasküsimuse osas kaitseväge kuidagi seotud, kuna kaitseväge ei tegele poliitika kujundamisega (Veskioja, 2015). Tollane kaitseminister Sven Mikser ütles, et Võrno käitumine oli lubamatu ning ebaprofessionaalne, kuna kaitseväge teavitushvitser tegi tööst vabal ajal avalduse, mis kahjustab kaitseväge ning Eesti riigi head mainet (Mikser: Võrno käitumine..., 2015). 18. juuni hommikuks oli see postitus sotsiaalmeediast eemaldatud (*ibid.*).

1.6.2. Kaitseliidu endise avalike suhete osakonna spetsialisti Urmas Reitelmanni juhtum

Pea kaks kuud hiljem, 29. augustil, ilmus sarnane lugu, kui selgus, et Kaitseliidu endine avalike suhete osakonna spetsialist Urmas Reitelmann kirjutas oma Facebooki kontol põgenikest. Reitelmanni postitus oli alljärgnev.



Joonis 2. Kuvatõmmis Urmas Reitelmanni Facebooki postitusest (Allikas: Põld, 2015b)

Kaitseliidu pressiohvitseri Tanel Rütmani sõnul väljendas Reitelmann isiklikke seisukohti, mis ei ühti Kaitseliidu seisukohaga, kuna sarnaselt kaitsevägega on Kaitseliit apoliitiline organisatsioon (Põld, 2015a). Rütmani ning Kaitseliidu ülem brigaadikindral Meelis Kiili sõnul oli Reitelmanni tegu taunimist väärt ning töötades avalike suhete osakonnas, peaks ta oma sõnu valima ka sotsiaalmeedias, mis on avalik ruum (*ibid.*). Taas võttis sõna Mikser, kelle sõnul ei sobi inimene, kes õhutab sotsiaalmeedias rahvuslikku ja rassivaenu, töötama Eesti riigikaitsestruktuuride avalike suhete valdkonnas (Kaitseliit jätab Urmas..., 2015). Urmas Reitelmann ei töötagi oma postituse tõttu enam avalike suhete osakonnas ning ta sai ametliku noomituse (Jaagant, 2015).

Reitelmanni väljaütlemiste tõttu muutis Kaitseliit reegleid seoses sotsiaalmeedias osalemisega. Asjasse puutuvad dokumendid olid Kaitseliidu ülema poolt 2010. aastal kehtestatud “Teavitustöö korraldus Kaitseliidus” ning kaitseväge juhataja käskkirjaga 2011. aastal kinnitatud “Juhend kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias” (Ideon, 2015). 8. novembril ilmus uudis, mille kohaselt sai Kaitseliit valmis eeskirja sotsiaalmeedias suhtlemiseks, mis on järgimiseks kõigile kaitseliitlastele ning ütleb, et teenistuja on Kaitseliidu esindaja ka eraisikuna sotsiaalmeedias osaledes. Selle kohaselt tuleb sotsiaalmeedias teabe jagamisel kaaluda, kas see ei anna tegudest või arvamustest mitmemõttelisi ja vastandlikke tõlgendusi, kuna need võidakse üle kanda kogu Kaitseliidule ning lisaks on igasugune teave sotsiaalmeedias avalik ja vältida tuleb igasuguse teabe

avaldamist, mis võib kahjustada Kaitseliidu või selle teenistujate ja kaitseliitlaste turvalisust. Samuti lisatakse, et kaitseliitlasel on rangelt keelatud väljaõppe kohta jagada teavet, mis võib ohustada õppuste või koolituse julgeolekut, näiteks üksuste asukoht. (Teder, 2015)

Ametnike väljendusvabaduse hea tava (2016) kohaselt tuleb arvestada väärkuse põhimõttega, mille kohaselt on oluline arvamuse tonaalsus, viisakas väljendusviis ja arvamusavalduse võimalik mõju tööandja mainele, põhimõttega pole kooskõlas laimav ja halvustav toon. Tuleb arvestada, et mida kõrgemal ametikohal isik on, seda suurema tõenäosusega võib tema sõnum avalikkuse tähelepanu pälvida (*ibid.*). Kuna Võrno ja Reitelmann olid kõrgetel positsioonidel, siis on selgitatav, et nende postitused pälvisid suurt tähelepanu ning nende postitustest oli näha ka halvustavat tooni sõnade valikul. Avaldades arvamust poliitiliselt tundlikel teemadel, peaksid hoolikad olema need ametnikud, kelle kohta kehtib rangem poliitilise erapooletuse nõue, näiteks on tegevväljendustel keelatud levitada poliitilisi vaateid (Ametnike väljendusvabaduse hea..., 2016). Nii Võrno kui ka Reitelmann võtsid avalikult sõna poliititeemal töötades sel ajal kaitseväes ja Kaitseliidus.

Ametnik peaks segaduse vältimiseks kindlustama, et tema isiklikke seisukohti ei peetaks asutuse seisukohtadeks. Töölalasel teemal kirjutatud isikliku arvamusloo juurde tuleks märkida, et artikkel väljendab autori enda seisukohti. Peab arvestama, et eraisikuna esitatud väiteid võidakse omistada asutusele tervikuna. Seetõttu peaksid tööalased seisukohad olema argumenteeritud ja tasakaalustatud. (*ibid.*). Võrno ja Reitelmann ei teinud postituse juurde eraldi märget, et tegu on nende isikliku arvamusega, mistõttu võidigi nende öeldu kanda üle kogu organisatsioonile. Lisaks puudusid meeste postitustest ka argumendid.

1.6.3. Õhuväe ülema kolonel Jaak Tarieni juhtum

Kolonel Jaak Tarien on aktiivne sotsiaalmeedia kasutaja, kelle isiklikud vahetud muljed väeliigi tegemistest on õhuväge rahvale pikka aega aidanud omasemaks teha ning ühtlasi on Tarien näide sellest, kuidas sotsiaalmeedial on mitmekülgsed kavandamata mõjud ning on oht saada valesti mõistetud (Arold, 2016: 80). Nimelt said siinsed diplomaadid 2015. aasta oktoobri lõpul Tarieni avaldatud postitusega sõnumi, et kaitsevägi ei salli liitlassõdurite pilkamist ning võõrriigi propagandaorganisatsioonid haarasid kinni postituse piltlikumatest näidetest ning manipulatsiooniks kasutasid postitust ära ka erinevad Eesti poliitiliste

aktivistide meeskonnad (*ibid.*). Näiteks väitis Vene väljaanne Rossiskaja Gazeta ilma ühegi faktitõestusega, et Eestis toimib üle kahe aastakümne riikliku süsteemina vähemuste diskrimineerimine (Vene meedia leidis..., 2015). Mõnest Eesti ja liitlasriigi meediakanalist jäi väärmulje, nagu oleks liitlassõdurite kiusamine Eesti inimeste seas tavapärane (Arold, 2016: 80). Allpool on kuvatõmmis Jaak Tarieni kõnealuselt postitusest.



Joonis 3. Kuvatõmmis õhuväe ülema kolonel Jaak Tarieni Facebooki postitusest (Allikas: Jaak Tarieni Facebooki lehekülg, 2016)

EKRE esitas endisele kaitseministrile Hannes Hansole arupärimise seoses Tarieni (ja kaitseväe juhataja Riho Terrasega, kes mainis 2015. aasta 1. septembril KVÜÕA avaaktusel pagulasi) sekkumisega poliitikasse (EKRE fraktsiooni arupärimine..., 2015). Kaitseväeteenistuse seaduse (2013) kohaselt ei tohi tegevväelane teenistusülesannete täitmise ajal levitada poliitilisi vaateid. Kaitseminister jättis mõlema mehe väljaütlemised hukka mõistmata, sest Tarieni puhul oli tegemist isikliku arvamuse väljendamisega vahejuhtumi kohta, mis leidis aset liitlassõduritega (Kaitseminister jättis kõrgete..., 2015).

Võrno, Reitelmanni ja Tarieni juhtumid ilmestavad, et teenistuja on kaitseväe ja riigivõimu esindaja ka eraisikuna sotsiaalmeedias osaledes (Juhend kaitseväelaste osalemiseks..., 2011).

Meeste postitused rääkisid pagulastest, mis on poliitikaga seotud teema, millest kaitseväelane aga hoiduma peaks. Erinevalt Võrnost ja Reitemannist kirjutas Tarien reaalsest aset leidnud juhtumist. Mehed ei teinud postituse juurde märget, et tegu on nende isikliku arvamusega, mida oleks „Ametnike väljendusvabaduse hea tava“ (2016) kohaselt pidanud tegema.

1.7. Uuringu eesmärk ja uurimisküsimused

Selle töö eesmärgiks on uurida, millised on KVÜÕA Kõrgema Sõjakooli kadettide arvates sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes ning milleks kaitseväelased ise sotsiaalmeediat kasutavad. Lisaks on töö eesmärgiks uurida, milliseid privaatsusstrateegiaid intervjueeritavad oma sotsiaalmeedia kontodel kasutavad ning millised on nende arvamused ja hoiakud seoses sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimisega kaitseväes. Tulenevalt töö eesmärkidest püstitasin neli peamist uurimisküsimust, mille alla toon välja ka alaküsimused.

1) Millised on intervjueeritud kaitseväelaste arvates sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes?

- milliseid funktsioone täidab intervjueeritavate arvates kaitseväes sotsiaalmeedia?
- millised on sotsiaalmeedia kasutamisega kaasnevad võimalused kaitseväes?
- millised on sotsiaalmeedia kasutamisega kaasnevad riskid kaitseväes?

2) Mis eesmärkidel intervjueeritud kaitseväelased sotsiaalmeediat kasutavad?

3) Milliseid privaatsusstrateegiaid kasutavad intervjueeritavad oma privaatsuse kaitsmiseks sotsiaalmeedias?

4) Millised on intervjueeritud kaitseväelaste seisukohad seoses sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimisega kaitseväes?

- kui teadlikud on intervjueeritavad sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimisest kaitseväes?
- mil määral tunnetavad intervjueeritavad enese tegevuse piiramist sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimise tõttu?
- milline roll on intervjueeritavate arvates kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonidel?

2. VALIM JA MEETOD

Järgnevalt annan ülevaate valimist, selle moodustamise kriteeriumidest ja leidmisprintsipidest. Samuti kirjeldan, kuidas ma empiirilise uuringu käigus andmeid kogusin ja analüüsisin ning mis meetodeid selleks kasutasin.

2.1. Valim

Intervjueeritavate leidmisel kasutasin sihipärast valimit ehk valisin uuritavad ettekavatsetult kindlate kriteeriumide alusel (Õunapuu, 2012). Uurimisküsimusi silmas pidades panin intervjueeritavate jaoks paika järgnevad kriteeriumid: uuritavad peavad olema kaitsevälased, õppima Kaitseväe Ühendatud Õppeasutustes, kasutama sotsiaalmeediat ning valimi homogeensemate tunnuste saamiseks olema ka meessoost. Ühtegi intervjueeritavat ma isiklikult ei tundnud, mistõttu oli nende värbamisel abiks üks Kõrgema Sõjakooli kadett, keda ma isiklikult tundsin. Osaliselt oli tegu ka lumepallivalimiga, mille puhul leitud liikmed nimetavad järgmised uuritavad (Õunapuu, 2012). Nii mõnigi intervjueeritav soovitas ka mulle järgmisi potentsiaalseid intervjueeritavaid. Uuritavatega võtsin ühendust läbi Facebooki, kust sain kõigilt positiivsed vastused intervjuus osalemiseks. Kadettide intervjueerimiseks ja uuringu läbiviimiseks oli mul olemas ka Eesti Kaitseväe luba.

Kõik kümme intervjueeritavat õpivad KVÜÕA Kõrgemas Sõjakoolis. Selle õppeasutuse kadettide arvamuste ja praktikate kaardistamise võtsin antud töö eesmärgiks seetõttu, et tegemist on ohvitseri välja koolitava õppeasutusega, mis tähendab, et sealsetel kadetidel on tulevikus mitmeid alluvaid ning nad peavad olema neile eeskujuks ka sotsiaalmeedia kasutamisel. Lisaks on Kõrgem Sõjakool kaitseväe allüksus, kus ühes koosseisus on kolme väeliigi (maavägi, merevägi, õhuvägi) tulevased ohvitserid, mis tähendab, et mul oli võimalus saada ühest kohast erineva kaitsevälise taustaga kadette, kes on tulnud erinevatest allüksustest. Seetõttu on neile ilmselt tutvustatud pisut teistsugusel määral sotsiaalmeedia regulatsioone. Kõrgem Sõjakool on osa kaitseväe struktuurist, mistõttu regulatsioonid, mis kehtivad üleüldiselt kaitseväele, kehtivad ka Kõrgema Sõjakooli kadettidele. Valimisse

kuuluvate kaitseväelaste vanus polnud oluline, kuna käesolevas töös ei analüüsi ma vastuseid vanusepõhiselt. Alljärgnevalt toon välja kümne intervjuueeritava lühiiseloostuse.

Tabel 1. Intervjuueeritavate lühiiseloostus

Vanus	Kursus	Kaitseväes oldud aeg (koos ajateenistusega)	Olemasolevad sotsiaalmeedia kontod
21	I kursus	Üks aasta	Facebook, YouTube
22	II kursus	2,5 aastat	Facebook, Instagram, Twitter (olemas, aga ei kasuta)
22	II kursus	2,5 aastat	Facebook, Instagram, Snapchat
22	III kursus	Neli aastat	Facebook, Instagram, YouTube
24	II kursus	Kolm aastat	Facebook, Instagram, Snapchat
25	II kursus	Kolm aastat	Facebook, Instagram
26	III kursus	3,5 aastat	Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, Twitter (olemas, aga ei kasuta)
28	I kursus	6 aastat	Facebook, YouTube
33	I kursus	10 aastat	Facebook, Instagram (eriti ei kasuta), YouTube
34	I kursus	14 aastat	Facebook, YouTube

Intervjuueeritavatele lubatud anonüümsuse tagamiseks ei kasuta ma tulemuste osas tabelis toodud järjekorda ega meeste vanuseid, kuna need võimaldavad ära tunda, kes mida ütles. Uue järjekorra loomiseks kasutasin leheküljel Random.org leitavat funktsiooni, millega on võimalik nimekirjas olev valim täiesti juhuslikku järjekorda panna. Vaid mulle teadaoleva uue intervjuueeritavate nimede järjekorra alusel moodustus igale intervjuueeritavale kood. Antud töös koosneb kood tähest M, mis tähistab intervjuudes osalenud mehi ning selle taga olevast numbrist vahemikus 1–10 (M1, M2, M3, M4, M5, M6, M7, M8, M9, M10), mis sõltub sellest, mitmes oli intervjuueeritav Random.orgi tekitatud nimekirjas.

2.2. Andmekogumismeetod

Andmekogumismeetodina kasutasin intervjuusid, mida tehakse selleks, et välja selgitada, mida inimesed mõtlevad, tunnevad, kogevad või usuvad (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara, 2005: 172), võimaldades ligipääsu intervjuueeritavate loodud tähenduste ja tõlgendusteni (Blaikie, 2009). Intervjuu eeliseks teiste meetodite ees on paindlikkus, mis võimaldab andmekogumist vastavalt olukorrale ja vastajale reguleerida, küsida täpsustavaid küsimusi, täpsustada vastuseid ning muuta käsitletavate teemade järjekorda (Hirsjärvi jt, 2005).

Uurimisküsimustele vastuste saamiseks viisin läbi kümne Kõrgema Sõjakooli kadetiga semistruktureeritud standardiseerimata individuaalintervjuud, kuna soovisin, et vastajad saaksid täiel määral küsimustele oma sõnadega vastata ning leidsin, et intervjuu kulgeb sujuvamini, kui küsimused pole ranges järjestuses. Tõden samas, et olin uuringut planeerides teadlik ka intervjuu võimalikest puudustest, näiteks ajamahukus ning see, et intervjuueeritavad võivad anda sotsiaalselt soovitavaid vastuseid, et näidata ennast eeskujulikuna, mis nõrgendab meetodi usaldusväärsust (Hirsjärvi jt, 2005). Lisaks toovad Hirsjärvi jt (2005) välja, et intervjuude korral on vastuste tõlgendamiseks palju võimalusi, mis võib olla negatiivne, kuna uurija võib neid omamoodi tõlgendada ning need ei pruugi ühtida sellega, mida intervjuueeritav tegelikult silmas pidas.

Intervjuude käigus kasutasin projektiivtehnika, mis aitab pöörata uurija tähelepanu uuritavate mõtetele ja tunnetele, mida tavaliste küsimustega teada ei saaks (Catterall ja Ibbotson, 2000). Projektiivtehnika võimaldab uuritavatel vastata küsimusteraamist väljaspool, mis tähendab, et nad saavad rääkida sellest, mida tähtsaks peavad. Meetodi miinusena saab välja tuua näiteks andmete analüüsi ja tõlgendamise, kuna erinevad uurijad võivad samu andmeid tõlgendada erinevat moodi. Tänapäeval seda aga enam probleemina ei nähta, sest uurijad on üksmeelel, et andmeid on loomulik mitut moodi tõlgendada. (*ibid.*) Projektiivtehnika raames andsin kadettidele intervjuu käigus lugeda Vörno, Reitelmanni ja Tarieni sotsiaalmeedia postitusi ning seejärel said uuritavad nende põhjal tekkinud mõtteid jagada. Leidsin, et sellist tehnikat oli sobiv kasutada, kuna uuritavad ei mäletanud meeste postitusi, mistõttu aitasid loetud tekstid neil sõnavõttud meelde tuletada. Loetu pinnalt oskasid kadetid sotsiaalmeedia postituste teemal kaasa rääkida ja oma arvamust avaldada.

Intervjuukava (Lisa 1) koosnes neljast suuremast teemaplokist. Esimeses plokis olid sissejuhatavad soojendusküsimused uuritavate teenistuja ja sotsiaalmeedia kontode kohta (näiteks millised sotsiaalmeedia kontod sul olemas on?), teine plokk koosnes küsimustest, mis aitasid vastata uurimisküsimusele, millised on sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes (näiteks mida sinu arvates erinevate sotsiaalmeedia kontode omamine ja kasutamine kaitseväele annab?), kolmandas teemaplokis olid küsimused, mis hõlmasid sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimist kaitseväes ja kaitseväelaste arvamusi nendest (näiteks kas teile on kaitseväes tutvustatud mingisuguseid materjale seoses sotsiaalmeedia kasutamisega? Milliseid?). Neljanda ploki küsimused olid seotud uuritavate privaatsuse kaitsmisega sotsiaalmeedias (näiteks kas ja milliseid võtteid sa enda postituste ja enda sotsiaalmeedia kontode privaatsena hoidmiseks kasutad?). Intervjuu lõpus andsin intervjuueeritavatele täiendavalt võimaluse seoses antud teemaga lisada mõtteid ja arvamusi ning mitu intervjuueeritavat seda võimalust ka kasutas.

Kõik intervjuud viisin läbi Kõrgemas Sõjakoolis 2017. aasta märtsikuus. Kõige pikem intervjuu kestis umbes tund aega ja kõige lühem intervjuu kestis 31 minutit. Keskmiselt kestsid intervjuud umbes 39 minutit. Intervjuud salvestasin kahe nutitelefoni ning kaasas oli ka paber ja pastakas, kuhu intervjuu ajal märkmeid tegin. Igale intervjuueeritavale oli tänutäheks kaasas ka šokolaad. Kokkuleppel Eesti Kaitseväega ei ole intervjuude transkriptsioonid avalikud.

2.3. Andmeanalüüsi meetod

Andmete analüüsimiseks kasutasin kvalitatiivset uurimisviisi, kuna keskendusin süvaanalüüsile, mitte arvulistele näitajatele. Esmalt püüdsin saada ülevaate uuritavast tekstist kui tervikust ning keskendusin teksti peamistele tähendustele (Kalmus, Masso, Linno, 2015). Silverman (2005) toob välja, et kvalitatiivsetes uurimustes töötatakse väheste juhtumitega, mistõttu ei saa üldistusi teha. Üldistuste tegemine pole ka antud töö eesmärk.

Olen kasutanud juhtumiülest ehk horisontaalset analüüsi, mille korral vaadeldakse samal ajal mitut analüüsitavat juhtumit (Kalmus jt, 2015). Antud juhul vaatlesin eri intervjuusid ning kogusin nendest kokku konkreetse teema kohta käivad tekstiosad ning seejärel võrdlesin teemade käsitlemist kõigi kogutud intervjuude lõikes. Lisaks kasutasin analüüsimisel

induktiivset lähenemist, mille eeliseks on kvalitatiivse sisuanalüüsi üks tugevusi – uurimuses osalejate maailma mõistmine ja nende tõlgenduste ning tähendussüsteemide uurimine (Kalmus jt, 2015).

Andmeanalüüsiks transkribeerisin intervjuud ning lugesin transkribeeringud mitu korda läbi, et saada kogutud andmetest tervikpilt. Seejärel kasutasin programmi nimega MAXQDA, kus hakkasin andmeid kodeerima. Kood on Kalmus jt (2015) järgi silt või märksõna, millega tähistatakse tekstilõike ning kodeerimine on kvalitatiivse analüüsi põhiline toiming, mille käigus jaotatakse tekst osadeks eesmärgiga teksti põhjalikult uurida ja mõista. Teksti lugemise käigus märkisin ära olulised tekstilõigud, laused või sõnad ning andsin neile märksõnad ehk koodid (näiteks „suits+relv–negatiivne maine“, „lihtne inimesi üles leida“). Osa koodidest sõnastasin tekstilähedaselt kasutades selleks *in vivo* koode (näiteks „positiivne suunamine“, „seda näevad ainult minu sõbrad“), kuid ka avatud koode (näiteks „kommenteerib vähe“, „ajateenija–avaldab geotagge“). Saadud koodid koondasin hiljem sarnasuse alusel suuremate kategooriate alla (näiteks „regulatsioonid–mida peab“, „KV sotsiaalmeedia kasutamise riskid“).

3. TULEMUSED

Käesolevas peatükis annan ülevaate uuringu tulemustest, mis jagunevad seitsmeks osaks. Kõigepealt kirjeldan, millised on uuritavate arvates peamised sotsiaalmeedia kasutamise põhjused ja sellega kaasneda võivad võimalused ning riskid kaitseväes. Seejärel toon välja, milleks uuringus osalenud kaitseväelased sotsiaalmeediat kasutavad, puudutades ka vaba ja tööaja vahelise piiri tunnetamist sotsiaalmeedias. Neljandas alapeatükis räägin intervjuueeritud kaitseväelaste privaatsusstrateegiatest, viiendas alapeatükis kirjeldan uuritavate teadlikkust sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimisest kaitseväes, kuuendas alapeatükis toon välja tulemused uuritavate tegevuse piiramise tunnetamisest sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimise tõttu ning viimaks tutvustan, millist rolli näevad intervjuueeritavad neile kehtivatel regulatsioonidel. Oma väidete juurde olen toonud tsitaadid intervjuudest.

3.1. Sotsiaalmeedia kasutamise põhjused ja sellega kaasnevad võimalused kaitseväes

Intervjuueeritud kadettide arvates kasutab kaitsevägi sotsiaalmeediat peamiselt kaheksal põhjusel, mis kattusid ka üldisemate sotsiaalmeedia platvormide poolt pakutavate kasutusvõimalustega. Nendeks on 1) kaitseväega seotud informatsiooni jagamine kaitseväelastele ja tsiviilisikutele, 2) hirmu vähendamine kaitseväe ees, 3) kaitseväe reklaamimine, 4) uue tööjõu värbamine, 5) turvatunde loomine, 6) kaitseväe võimekuse demonstreerimine, 7) vastaspoole heidutamine ning 8) koostöö tegemine teiste organisatsioonidega. Nimetatud põhjused ja võimalused on alljärgnevalt lahti selgitatud.

Kõik intervjuueeritavad olid seisukohal, et kaitsevägi saab sotsiaalmeedia kaudu jagada informatsiooni kaitseväe ja kaitseväelaste tegevuste ning eluolu kohta, et inimesed saaksid aru, mis kaitsevägi on ja millega seal tegeletakse. Vastavasisulise informatsiooni jagamine suurendab uuritavate arvates kaitseväe avatust ja läbipaistvust, mis aitab inimestes vähendada tunnet, et kaitsevägi on kinnine asutus, millest keegi väljastpoolt suurt ei tea.

M5: Ma arvan üks on see, et üks kaitseväe põhiväärtusi, mis on ametlikult kirja pandud, on see avatus ehk siis kaitsevägi nagu üritab siis väljaspool olevatele inimestele, kes nagu

süsteemis ise ei ole, nagu rohkem näidata, millega me tegeleme ja lihtsalt tutvustadagi seda üldist pilti. Et kuna kaitsevägi on paljuki, või noh, 100% maksumaksja raha peal toimuv organisatsioon, siis ma arvan, et see on nagu väga hea viis, kuidas ka näidata, kuidas siis tehakse tööd, mille peale raha nii-öelda näiliselt kulub.

Lisaks sellele, et tsiviilinimesed saavad kaitseväge sotsiaalmeedia kontodelt informatsiooni, töid mitmed intervjueritavad välja, et ka kaitsevälased ise või reservis olevad inimesed saavad sealt mitmesugust teavet, näiteks õppuste kohta.

M3: Jah, et terve reservarmee ju noh, kogunemist planeerides ju saab ka läbi selle kajastada seal, millal, mida toimub.

Informatsiooni jagamist seostati ühel juhul ka hirmu vähendamisega teadmatuse ees. Nimelt, kui sotsiaalmeedias jagatakse ajateenistuse ja üleüldiselt kaitseväega seoses teavet, aitab see tulevastel ajateenijatel saada aimu, mis neid kaitseväes ees ootab.

M6: Näitavad oma seda nii-öelda igapäevast elu ja värki, et siis inimene teab, mida oodata ja nii edasi. Kui siin ajateenistust kõik kardavad, siis võib-olla seda barjääri natukene nagu...

Väga tähtis aspekt kaitseväge sotsiaalmeedia kasutamise põhjuste ja sellega kaasnevate võimaluste seas oli reklaam. Kuna eelkõige just noored inimesed kasutavad sotsiaalmeediat, saab kaitseväge intervjueritavate arvates sotsiaalmeedias värvata uusi kaitsevälasi ja teha kaitsevägele reklaami.

M4: Ma arvan, et pigem sellepärast, et meie ütleme siis noorsoo põlve, ütleme põlvkond juba, noh, ongi sellised sotsiaalmeediast nii sõltuvuses, et nad pidevalt kasutavad ja hästi palju oma infot ammutavadki just sotsiaalmeediast. Et väga raske on just näha sellist inimest või ütleme noorem generatsiooni, kellel ei ole mingit telefoni või mingit asja käes ja ta ei surfa kuskil ringi ja ma arvan, et kaitseväge just ongi selles mõttes hea nagu enese reklaamiks /.../

Intervjueritavad töid kaitseväge sotsiaalmeedia kasutuse põhjuste ja võimalustena välja ka turvatunde loomise ning Eesti kaitseväge võimekuse demonstreerimise, kui inimesed näevad sotsiaalmeedia vahendusel, milleks kaitseväge võimeline on.

M9: Samuti on see, et seal tekitab, kuidas öelda, rahvale turvatunde, et justkui kaitseväge on ka pildis, et nad on ikkagi olemas.

Kaitseväge võimekuse näitamisega seoses lisas üks intervjueritav, et kaitseväge võib sotsiaalmeediat kasutada ka põhjusel, et vastaspoolt oma varustuse näitamisega heidutada.

M8: Noh, et vastaspoolt heidutada, võib-olla ka sellepärast. Et siis, ongi jälle see, et näidata seda, mis meil on /.../ Aga samas jälle mõnes mõttes heidutada ja pisut hirmutada või nii.

Kaitseväe võimaliku sotsiaalmeedia kasutuse põhjusena mainisid uuritavad ka seda, et sotsiaalmeedia võimaldab kaitseväel teha koostööd teiste organisatsioonidega.

M3: Teiseks, ta tahab võib-olla ka koostööd, et erinevate harudega ja... Ma mõtlen kaitseväe-siseselt erinevaid nagu üksusi kui ka siis kaitseväe-väliselt, et näiteks ongi Politsei- ja Piirivalveamet, saab koostööd teha.

Kokkuvõtvalt kasutab kaitsevägi intervjuueeritavate arvates sotsiaalmeediat peamiselt kaitseväega seotud informatsiooni jagamiseks, hirmu vähendamiseks kaitseväe ees, kaitseväe reklaamimiseks, uue tööjõu värbamiseks, turvatunde loomiseks, kaitseväe võimekuse demonstreerimiseks, vastaspoole heidutamiseks ning koostööks teiste organisatsioonidega.

3.2. Sotsiaalmeedia kasutamise kaasneda võivad riskid kaitseväes

Kuigi sotsiaalmeedia kasutamise kaasneda võimalusena nägid kõik intervjuueeritavad informatsiooni jagamist, osutus see ka ohukohaks. Nimelt selgus uuringust, et kui kaitsevägi liiga palju oma tegevuse ja võimekuse kohta sotsiaalmeedias informatsiooni jagab, võib vastaspool seda kuritarvitada. Lisaks kaitseväe sotsiaalmeedia kontodel avaldatule võivad kaitseväelased ise jagada enda kohta liigset teavet, millega nad muudavad ennast kergesti leitavaks. Lisaks mainisid uuritavad ohuna salastatud teabe või delikaatse informatsiooni jagamist sotsiaalmeedias, mille alla kuulub näiteks õppuste kohta käiv informatsioon.

M1: Delikaatse info jagamine...tegelikult on ka väga tähtis punkt meie puhul just see ka, et väga palju isiklikku infot ei tohiks jagada, sest et ma näen ja me mingil määral teame, et kes iganes pahad onud saaksid seda väga kergesti meie vastu ära kasutada. See kunagi oli väga aktuaalne tegelikult, kui mindi Lähis-Itta esimest korda. Et hakati ähvardussõnumeid ja kirju saatma sealt koju inimestele, et kuna lihtsalt sotsiaalmeedias käis nii palju infot läbi ja saadi info...kontakt kätte. Et liiga palju isiklikku infot ei ole nagu sobilik, ma näen.

Intervjuueeritavad tõid sotsiaalmeedia kasutamise riskina välja ka desinformatsiooni jagamise. Sellega seoses nägi mitu intervjuueeritavat kaitseväe sotsiaalmeedia kasutamise seoses ohukohana sotsiaalmeedias jagatavaid videoklippe, mida võõrriik võib propagandana ära kasutada, moonutades klippide tõest sisu.

M7: Ohtude koha pealt kindlasti seda meediat ja videoklippe, neid saab kindlasti mingi propagandana ära kasutada võib-olla mingi võõrriigi poolt, mis võib-olla tahab meie vastu propagandat teha. Ta saab neid klippe kindlasti ära kasutada, neid võib-olla kajastada teise pealkirjaga, näidata midagi muud, et see võib nagu üks kahju olla, mis võib tekkida.

Lisaks nägid uuritavad ohuna kaitseväe halba mainet, mis võib tekkida juhul, kui kaitseväelased sotsiaalmeedias reeglitest üle astuvad. Probleemsena nähti eelkõige ajateenijate isiklikku sotsiaalmeedia kasutust, sest võib juhtuda, et nad postitavad sotsiaalmeediasse fotosid näiteks relvastusest, alkoholist või vormielementide valesti kandmisest. Intervjueeritavad nägid neid aspekte ohukohana, kuna leiti, et ajateenijad ei pruugi tajuda, et nad on osa suuremast organisatsioonist ning võivad seeläbi tekitada mainekahju kogu kaitseväele. Võimalikku halva maine tekkimist nähti ka selles, kui kaitseväelased võtavad vastu erinevaid väljakutseid ning postitavad neid sotsiaalmeediasse.

M1: Probleem, mis tekib, on kindlasti see, kui nii-öelda mitteautoriseeritud isikud hakkavad mingisugust kaitseväe infot välja panema, elementaarne näide on ajateenijad. Teevad mingit rumalust kuskile YouTube'i ja Facebooki, kuhu iganes. Sest et, nagu see eelnev jutt, et me üritame seda mainet üles ehitada, siis midagi lõhkuda on alati lihtsam kui ehitada. Väga kiiresti levib siuke sopp, palju kiiremini internetis kui midagi head ja see võib kindlasti mõjuda suuresti kaitseväe mainele/.../

M10: /.../ vahepeal kuidagi, see on mu isiklik arvamus, kuidagi nagu liiga madalale laskutakse. Näiteks hakatakse ka mingeid igasuguseid, kuidas neid nimetatakse, igasuguseid mingeid noh a'la mingeid challengeid järgi tegema, nihukseid asju, et minu jaoks see on täielik no go, et seda ei oleks tegelikult vaja.

Projektiivtehnikat kasutades ilmnes, et intervjueeritavate jaoks olid probleemsed ka Vörno ja Reitemanni sotsiaalmeedia postitused. Üksmeelselt leiti, et taoliste postitustega tegid mehed kahju kogu kaitseväele ja Kaitseliidule. Näiteks üks intervjueeritav leidis ka, et Vörno kasutas avaliku elu tegelasena ära oma sotsiaalset staatust, et panna teisi enda arvamust järgima. Intervjueeritavad leidsid, et arvestades enda ametialast positsiooni, oleksid mehed pidanud läbi mõtlema, millise sõnumi nad oma organisatsioonist selliste postituste kaudu loovad.

M7: Ta on halb, sest et tegelikkuses üks isik ei tohiks niipalju kaitseväge mõjutada. Eriti kuna tegemist on siin Hannes Vörnoga, kes ei ole ainult kaitseväe mõttes kuulus inimene või tuntud inimene üle Eesti, siis kindlasti see toob nagu mainelangust, et väga paljud võivad mõtlema hakata, et terve kaitsevägi on selliseid inimesi täis, kes nagu mõtlevadki või ongi sellise mõttekäiguga, et sellest kindlasti tekib nagu lahkkelisid päris palju.

Tarieni Facebooki postitus oli uuritavate arvates erinevalt Reitemanni ja Vörno postitusest asjakohane, mõtlemapanev, objektiivne ning õigustatud, kuna rääkis avalikkusele probleemist ning kutsus inimesi üles teisiti käituma. Üldiselt leidsid kõik intervjueeritavad siiski, et kaitseväelased ei peaks poliitilisi ja pagulasteemalisi postitusi üldse tegema. Küll aga leidis üks intervjueeritav, et selline postitus oleks pidanud tulema kaitseväe enda kanalist, mitte ühe kaitseväelase kontolt.

M10: Ma olen selle postituse puhul seda meelt, et liitlussuhete puhul sellistest asjadest tuleks rääkida, aga ma ei arva, et seda peaks jälle isikuliselt üks inimene tegema, isegi kui ta on nagu tippjuhtkonnas kaitseväes. See peaks siis tulema üldise mingi, kas just pressiteatena, aga siis kaitseväge enda mingist kanalist, ametlik selline inimeste manitsemine, kuigi ma ei tea, kas kaitseväge asi peaks olema inimesi manitseda. Aga jah, pigem ei tasu ka sellist, kuigi ta ei ole selline värvikam nagu eelmised, aga siiski on see jälle selline kohati hinnangute andmine ja ka jälle see pagulasteema, mingi poliitiline hõng on juures. Kaitseväelane ei peaks.

Sotsiaalmeedia kasutamise võimaliku riskina kaitseväes tõid mõned intervjuueeritavad välja selle, kui mõni kaitseväelane sotsiaalmeedias kaitseväge või selle tegevust laimab või keegi kaitseväge-siseselt teineteist halvustab. Sellised asjad tuleks intervjuueeritavate kohaselt lahendada omavahel, mitte avalikult sotsiaalmeedias.

M3: Võibki olla mingi nii-öelda kaitseväge peretüli, kus tehakse üksteist maha. Või siis nihuke avalik nagu laim või mingi solvamine, et sellist asja ma ise ei ole näinud, kuid sellist, tuleks kindlasti vältida. Et võib-olla ka, noh, tegelt hiljuti nägin just, Nihilistis kirjutas üks nii-öelda siis ajateenija, kes ei julgenud siis probleemi lahendada, vaid kirjutas seda siis avalikult.

Intervjuueeritavate mainitud sotsiaalmeedia kasutamise ohud kaitseväes võtan kokku alljärgneva tabeliga, kus olen riskid ja ohud jaganud vastavalt nende sisule kolmeks suuremaks kategooriaks.

Tabel 2. Ohud ja riskid seoses sotsiaalmeedia kasutamisega kaitseväes intervjuueeritavate hinnangul

Riiklikud julgeolekuriskid	Mainekahju organisatsioonile	Oht indiviidi jaoks
Liigse ja delikaatse teabe jagamine (sh õppuste asukohtade avaldamine)	Kaitseväelaste ebasobivad pildid ja postitused (näiteks alkohol, relvad)	Liigse ja delikaatse teabe jagamine (sh õppuste asukohtade avaldamine)
Desinformatsiooni edastamine	Propagandana kasutatavad videoklipid võõrriigi poolt	
Propagandana kasutatavad videoklipid võõrriigi poolt	Ühe kaitseväelase tegude ülekandmine tervele kaitsevägele	
	Desinformatsiooni edastamine	
	Kaitseväge-sisene laimamine	

3.3. Kaitseväelaste isiklik ja tööalane sotsiaalmeedia kasutamine

Peaaegu kõigi intervjuueeritavate jaoks oli sotsiaalmeedia põhiline funktsioon nii eraeluliselt kui ka tööalaselt suhtlus, läbi mille hoitakse end tuttavate käekäiguga kursis ning antakse lähedastele teada ka oma tegevustest. Samas leidis ka mõni selline intervjuueeritav, kes

möönis, et Facebooki suhtluse asemel ta pigem helistab oma lähedastele, mistõttu polnud nende jaoks sotsiaalmeedias suhtlus tähtsaim platvormi poolt pakutav hüve.

M6: Enamus ajast ma arvan, ma ikkagi kirjutan kellegagi, et suhtlemine on nagu põhiline asi.

Lisaks suhtlusfunktsioonile kasutavad intervjueeritavad vabal ajal sotsiaalmeediat ka meelelahutuseks. Seda eelkõige piltide ja videote vaatamiseks, muusika kuulamiseks ja uudiste jälgimiseks.

M4: No põhiliselt meelelahutus, muusika on, see on ju enamjaolt, et kogu aeg, et samamoodi ju Facebookist vaatad kellelgi häid, head lood on kuskil üles laaditud või pandud. Ja loomulikult YouTube on selline asendamatult siis kuulata muusikat. Loomulikult ka siis mingi lihtsalt nihukseid lõbusaid videosid.

Töölalaselt intervjueeritud kaitseväelased sotsiaalmeediat eriti ei kasuta, kuna nende sõnul napib ühelt poolt selleks aega, kuid teisalt ei tohigi nad töölaseid dokumente sotsiaalmeedias omavahel jagada. Töölalaselt kasutatakse sotsiaalmeediat seega peamiselt kursusekaaslastega suhtlemiseks, neile teabe jagamiseks või siis millegi korraldamiseks ja organiseerimiseks.

M5: Kui ma mõtlen, et kui ma oma kursusekaaslastele pean mingit infot jagama, siis on kõige lihtsam jagada, et meil on oma selline grupp tehtud, kus on meie kursus koondatud ja siis olulise info ma saan neile sinna kirjutada. Kui ma peaksin hakkama ükshaaval neile helistama, siis see võtaks meeletult aega, oma meilidele nad ligi ei saa, välja arvatud siis siin sisevõrgus ja ega nad väga tihti ei loe ka neid ehk siis Facebook on kiire moodus.

Lisaks sellele kasutavad intervjueeritud kaitseväelased töölalaselt sotsiaalmeediat ka õppevideote vaatamiseks.

M4: /.../ Oleneb, mõnikord rohkem, kuna on vaja mingi oma siis õpingutega või siis lihtsalt huvi tekkinud nende asjade vastu, siis nagu võib-olla läheb rohkem aega. Ja just nagu õppetöös mõned videod, mis me peame vaatama, üks on juba 45 minutit ja me vaatame mingi 4-5 videot, siis võib see juba minna ikka päris mitme tunni juurde.

Sotsiaalmeedias vaba ja tööaja vahelise piiri tunnetamise osas läksid intervjueeritavate arvamused lahku ja piiri defineeriti enda jaoks erinevalt. Osa kadettidest leidis, et sotsiaalmeediat kasutades nad töö- ja vaba aja vahelist piiri ei tunneta ning nende käitumine sotsiaalmeedias ei muutu tööpäeva lõppemise ja vormi seljast võtmisega.

M1: Muutub midagi? Ei. Mitte midagi ei ole vahet. Jah, see on ka midagi, mis tegelikult juba varasemalt hakatakse pähe taguma, et sa oled kaitseväelane ka tsiviilis. See on igal pool määrustikes kirjas, et oled kaitseväelane kogu aeg, mitte ainult teenistuses, et see kindlasti ei muuda midagi.

Mõned intervjuueeritavad leidsid, et nende sotsiaalmeedia käitumine muutub, kui võrrelda tööaja ja vaba aja tegevusi. Nende jaoks seisnes piir töö ja vaba aja vahel selles, kas nad tegelevad sotsiaalmeedias parasjagu tööasjadega või oma vaba aja tegevustega. Suurem osa neist sotsiaalmeediat töö ajal ei kasuta, kuid mõni seda siiski teeb. Küll aga toodi välja, et kui sotsiaalmeedias keegi ei tea, et ta kaitseväelane on, võib ta ennast oma sotsiaalmeedia tegevustes vabamalt tunda.

M6: Selles suhtes ikka muutub, et kui keegi tänavalt tuleb sult küsima, sa oled vormis parasjagu, eksle, siis sa pead andma ikkagi sihukse vastuse, mis peegeldab ütleme neid organisatsiooni põhitõdesid ja tõekspidamisi ja nii edasi, aga ongi, kui mul parasjagu vormi seljas ei ole, siis ma võin nagu öelda, mis ma ise arvan. Selles suhtes, seal [sotsiaalmeedias] seda piiri ju nii selgelt välja ei joonistu, et mis aeg mul parasjagu on, et ma arvan, kui iseenesest inimesed ei tea, siis ma võin küll vähe vabamalt nagu seda asja võtta. Et avaldada nagu rohkem, aga ma ei pea seda vajalikuks.

Üks intervjuueeritav leidis, et tema jaoks oleneb vaba ja tööaja vaheline sotsiaalmeedia tegevus sellest, kas ta on parasjagu koolis või õppustel/missioonil. Koolis tunneb ta end oma sotsiaalmeedia tegevustes vabamalt, kuid olles õppustel või missioonil, peab ta rohkem jälgima, mida ja kuidas postitab.

M4: Oleneb, kas sa oled siin õppeasutuses või sa oled õppustel. Õppustel sul ei tule sellist piiri tegelt, isegi kui sul mingi õppus saab õhtul läbi, eksju, sa võib-olla suhtled, vestled seal veel midagi, aga just siin nagu koolis olles on natuke vabam, vaata. Kui ma oma eelmises asutuses töötasin, seal ma pidin rohkem järgima, just olles, kui ma olen käinud missioonidel, et seal eriti pidi järgima. Kõigile muidugi meeldis alati, et oh, lahe koht, uus koht, teeme pilte, paneme üles, räägime, kus me oleme, mis me teeme, eksju. Aga jah, et seal tunnetasid vähe seda piiri, ainult kui sul võimalus, kasutasid siis Messengeri, et suhtlesid lähedastega /.../

Kokkuvõtvalt tunnetasid uuritavad tööaja ja vaba aja vahelist piiri sotsiaalmeedias erinevalt. Mõni kadett piiri ei tunneta ning nende käitumine sotsiaalmeedias ajafaktorist ei sõltu, samas kui osa intervjuueeritavatest tunnetas piiri ning muutis vastavalt sellele oma sotsiaalmeedia käitumist. Intervjuueeritud kaitseväelaste peamised sotsiaalmeedia kasutamise põhjused toon alljärgnevalt kokkuvõtlikult välja tabelina, toetudes Katzi jt (1973) tasude ja tarvete teooriale, täpsemalt Katzi, Gurevitchi ja Haasi (1973: 166) kategooriatele meediatarbimise vajadustest.

Tabel 3. Intervjueeritavate sotsiaalmeedia kasutamise peamised põhjused tasude ja tarvete teooriast (Katz jt, 1973) lähtuvalt

Kognitiivsed vajadused	Kombineeritud vajadused	Sotsiaalse integreerituse vajadus	Pingeid vabastav vajadus
Informatsiooni jagamine ja saamine	Loodud gruppides kursusekaaslastega suhtlemine	Suhtlus pere ja sõpradega	Meelelahutus (videote ja piltide vaatamine, uudiste lugemine, muusika kuulamine)
Õppevideote vaatamine	Inimeste kokkusaamiste organiseerimine	Sündmuste ja muude tegevuste vahendamine	
Oma kogemuste jagamine	Lähedastega ühenduses olemine, et vähendada eraldatuse tunnet		

3.4. Intervjueeritavate kasutatavad võtted privaatsuse kaitsmiseks sotsiaalmeedias

Kõik intervjueeritavad kasutavad oma privaatsuse kaitsmiseks enesetsensuuri. See tähendab, et nad postitavad sellist sisu, mis oleks potentsiaalsete lugejate poolt aktsepteeritud. Seetõttu ei arutle intervjueeritavad sotsiaalmeedias näiteks vastuolulistel teemadel või teemade üle, mis nende arust kaitseväälastele sobilikud pole, sealhulgas poliitika. Enesetsensuuri rakendades on nad korduvalt üle vaadanud oma sotsiaalmeedia kontod, et nendel poleks sellist sisu, mille teised hukka võiksid mõista.

M8: Ma ei saa olla sotsiaalmeedias selles mõttes 100% kogu aeg tsivilist, et tegelikult ma jään ikkagi kaitseväälasteks ja ma pean kogu aeg selle peale mõtlema, et ma ei saa seal nagu sotsiaalmeedias teha ükstupuha, mida tahes.

Suurem osa intervjueeritavatest kasutab privaatsuse kaitsmise võimalusena ka valikulist informatsiooni jagamist. See tähendab, et nad selekteerivad, kellele millist informatsiooni jagavad. Uuritavad on oma sotsiaalmeedia kontod seadistanud nii, et nende kohta käivat teavet, pilte ja postitusi näevad ainult inimesed, kelle nad on oma sõbraks vastu võtnud.

M7: Välistele isikutele, kes ei ole mu sõbralistis, mu profiil ei ole nagunii avalik, et põhimõtteliselt ainuke info, mis nagu kättesaadav on, on mu nimi ja põhimõtteliselt profiilipilt. Ülejäänud info on kõik kinni pandud. Kes näevad, on need, kes mul kuskil sõbralistis on, et see ongi puhtalt sellepärast, et ei saa suvaline inimene mind jälgida nii, et ma ise ei teaks. Et põhimõtteliselt, kui mul on sõbralist, siis ma tean, kas ma võtan ta vastu või mitte ja siis, kas ta saab mu infole ligi või ei saa. Et ma sellega juba reguleerin seda, kes

või mida teab. Eks see oht on ikka, et võib-olla kuidagi saadakse, aga see vähendab kindlasti seda riski.

Piltidega seoses selgus intervjuudest, et on ka selliseid intervjuueeritavaid, kes privaatsuse kaitsmise eesmärgil sotsiaalmeediasse eriti pilte ei postitagi.

M5: Ma arvan, et ma nagu ajapikku olen muutunud sotsiaalmeedias natuke tagasihoidlikumaks küll. See on ka sellepärast, et minu arust seda voogu, mis sotsiaalmeedias nagu liiguks, seda on meeletult palju ja siis ma ise nagu, Facebooki ma ei ole, ma arvan mingeid pilte postitanud üle aasta kindlasti ja oma need kontosätted ma olen ka üpris privaatseks vist teinud. Et jah, ma vaikselt vaatlejana istun seal.

Sõbrakutsetega seoses tõi suurem osa intervjuueeritavatest välja, et pöörab erilist tähelepanu võõrastega suhtlemisele ja nende poolt saadetavatele sõbrakutsetele. Sealhulgas sõbrakutsetest, mis tunduvad neile kahtlustäratavad või võõrastest, kes hakkavad intervjuueeritavate arvates liialt huvi tundma nende ametialaste asjade kohta, annavad nad teada julgeolekuosakonnale.

M2: Meil näiteks ajateenistuse ajal tekkisid igasugu huvitavad sõbrad või noh, sõbrataotlused ilusate neiuelt, et pane mind sõbralisti ja siis hakatakse uurima meie kohta, et nende kohta tuleb kindlasti silmad lahti hoida, kui mõni sihuke tekib, et mitte väga lobiseda, et võib küll mesijuttu rääkida, aga ära räägi parem. Need ongi võltskontod tehtud. Sel hetkel, kui meil ajateenistus oli, meil endal julgeolekuohvitser ise tegi ja pani järjest sõbralisti ja kontrollis, kas tuleb mingit infot niimoodi või mitte. Kuid praegugi on mitu sõbrataotlust sihukest, et ei, päris palju on tagasi lükatud.

Intervjuudest selgus, et mitu intervjuueeritavat kasutab oma privaatsuse kaitsmiseks ka erinevaid identiteete, mis tähendab, et nad kasutavad sotsiaalmeedias pseudonüüme, varjamaks oma tõelist nime. Üks intervjuueeritav kasutab oma pärisnimest erinevat nime Facebookis ja teine intervjuueeritav YouTube'is.

M8: Ma arvan, mu ülemus ei leia mu kontot üleski, selles suhtes ma ei ole seal enda-nimeline. Lihtsalt see oli sihuke, ütleme siis, meeskonna teema, et meil olid kõigil ühest kohast võetud nimed, et mina olin üks ja samast kohast oli võetud teine. Tegelikult mingil määral on [sellega seotud, et üritab ennast varjata], sest et, kui ma panin endale selle teise nime, siis ei tulnud enam mingi lambi sõbrakutseid ja asju. Noh, mõnes mõttes muutus mugavamaks.

Üks intervjuueeritav tõi ka välja, et kasutab privaatsuse ja oma kontode kaitsmiseks erinevaid turvasüsteeme, näiteks reklaamiblokeerijaid ja tule müüre.

M9: Ütleme nii, et olen mitmekordse nii-öelda siis selle turvavõrgu loonud ja on veel teatuid nii-öelda nippe või asju ja ikkagi üldjoontes piraattarkvara ei kasuta, mis siis annaks võimaluse kellelgi ma ei tea, kuidagi sisse häkkida ja noh, elementaarsed tule müürid-asjad, kasutan mingi reklaamiblokeerijaid-asju või et üldjoontes ikkagi turvasüsteemid peal.

Kokkuvõtvalt kasutavad kõik intervjueeritud kadetid privaatsuse kaitsmiseks enesetsensuuri, suurem osa kasutab ka valikulist informatsiooni jagamist ning kaks uuritavat kasutavad sotsiaalmeedias pseudonüüme. Lisaks jälgivad nad hoolega, kelle sõbrakutseid nad vastu võtavad ning kasutavad privaatsuse kaitsmiseks erinevaid turvasüsteeme.

3.5. Kaitseväelaste teadlikkus sotsiaalmeedia kasutusega seonduvatest regulatsioonidest kaitseväes

Suurem osa intervjueeritavatest ei mäletanud kokkupuudet dokumendiga „Juhend kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“ ning üks neist polnud sellest dokumendist teadlik. Põhjuseks toodi, et uuritavad on pidanud tutvuma paljude eri dokumentidega, et need lähevad omavahel sassi ning seetõttu nimeliselt neid ei mäletata.

M5: Ei tule ette. See võib olla, aga neid käskkirju ja asju on väga palju, millega peab kursis olema, et jah, kindlasti olen allkirja ka andnud sellele, mul praegu jah niimoodi pähe ei torka.

Oli ka üks intervjueeritav, kes vastupidiselt kinnitas selgesõnaliselt, et on nimetatud juhendiga tuttav ja on selle läbi lugenud.

M3: Ma olen läbi lugenud selle ja selle kohta siis andnud allkirja.

Lisaks eelpool mainitud juhendile on intervjueeritavatele nende sõnul tutvustatud ka muid kirjalikke materjale ja juhiseid seoses sotsiaalmeedia kasutamisega. Sealjuures on nad pidanud läbima iga-aastase küberhügieeni testi, milles samuti puudutati sotsiaalmeediat.

M4: Ütleme nii, et on olnud juhised küll, aga see on meil nagu enda nagu siis, noh, jah, on olnud juhised, kuidas, mismoodi, et mida sa ei või teha, näiteks midagi postitada ei tohi sinna, milliseid pilte ei tohi panna, et on tulnud selliseid kirjalikke juhiseid ka.

Kirjalike materjalidega tutvumisele lisaks on uuritavad osalenud loengutel, esitlustel ja seminaridel, mida viisid läbi kas julgeolekuosakond, Kõrgema Sõjakooli meediaosakond või kursuseülem. Selliste kogunemiste keskmes oli tavaliselt mõni konkreetne kaasus, mille valguses tuletati meelde, kuidas peaks sotsiaalmeedias käituma.

M10: Meil esimesel aastal, kui mu mälu mind ei peta nüüd, siis meil, noh, inimene, kes siin majas tegeleb selle meediapoolega. Meil oli tund temaga ja siis ta nii-öelda tutvustaski, kuidas käituda ja mida postitada, kuidas postitada ja nii edasi, aga otseselt mingit materjali, võib-olla oli, aga ma ei mäleta, et oleks selle kohta nagu mingi ülevaade.

Suurem osa intervjuueeritavatest tõi välja, et kuna erinevaid käskkirju ja juhiseid sotsiaalmeedias toimimiseks on niivõrd palju, siis lähtuvad nad enda sotsiaalmeedia praktikate puhul eelkõige sisetundest otsustamaks, mis on sotsiaalmeedias käitudes õige ja vale. Lisaks on ka ülemad neil soovitanud sotsiaalmeedia kasutamisel lähtuda loomulikust intelligentsist.

M3: Jah, et see hulk, mis siin läbi töötada, et kõiki ei jõuagi nagu pähe jätta, et ongi see, et lähtud sisetundest, et see on keelatud ja see ei ole lubatud.

Kuigi intervjuueeritavad ei mäletanud väga hästi konkreetseid juhendeid, siis oskasid nad siiski välja tuua aspekte, mida materjalide kohaselt sotsiaalmeedias teha võib ja mida mitte. Enamik intervjuueeritavatest oli seisukohal, et juhendite kohaselt ei tohiks postitada pilte relvadest ja varustusest, alkoholist, purjus kaitseväelastest ning kaitseasutuste ruumidest või aladest.

M1: Näiteks ma ei jaga mingit, okei, see vist oli paberite peal kuskil kirjas ka, et erinevaid kaitseasutuses seespool mingeid pilte, relvi, varustust, kõik sellist asja, seda ei pane sotsiaalmeediasse. Rumalaid pilte ja nende kohta on piisavalt tegelikult probleeme tekitanud, kus on jälle, vahele märkuseks, just igasugused alkoholi ja sihukused asjad, et see on ka asi, millest kaitseväelane võiks oma kontolt eemale hoida. Oma siseringist tean, et see probleem on niigi suur tegelikult kaitseväes ja et seda veel välja reklaamida, kindlasti mitte.

Mitmed intervjuueeritavad mainisid, et regulatsioonide kohaselt ning julgeoleku tagamiseks ei tohiks nad sotsiaalmeedias jagada ka oma õppuste asukohta ega muid detailseid tööasju, näiteks asutusesiseseid dokumente, muid faile ega nendest või nende osadest tehtud pilte.

M4: Nihukse hea näitena tuua, on selline, et oli õppus ja oli meil selline lahing, selline õppus nagu Kevadtorm ja samamoodi siis meil endal rühmast oli üks võitleja, kes siis Kevadtormi õppuse aeg mingi lahingu käigus tegi mingi bussijaama sildi juures pilti. Ja noh, meil õppus oli käimas ja põhimõtteliselt siis sellest tekkiski päris suur probleem ja pärast see võitleja sai karistada ka. Et põhimõtteliselt ta reetis oma asukoha, oma üksuse asukoha ja põhimõtteliselt see tekitas pärast noh, ülematega üleüldise suure plaanina päris suure probleemi.

Intervjuudest selgus ka, et sotsiaalmeediasse ei tohiks üles panna pilte teistest kaitseväelastest või neid piltidel ära märkida.

M1: Ma isiklikult ei pane vormis tegelikult ei endast ega kaasvõitlejatest pilti üles, eriti just kaasvõitlejatest, see on väga siukene...asi, mis tahaks üle kordamist, tegelikult. Et see, kui mina ei pane endast pilti üles, on veel nõmedam, kui keegi teine paneb sinust pilti üles.

Võrno, Reitelmanni ja Tarieni juhtumitele ning regulatsioonidele toetudes olid intervjuueeritavad seisukohal, et poliitilist arvamust ei tohiks kaitseväelane sotsiaalmeedias avaldada.

M4: /.../ ütleme kaitseväelasena me ei tohi väga palju midagi arvestada, me ei tohi mingi sotsiaalmeedias just avalikkuse ees oma mingi arvamust onju poliitilisel tasandil kui ka noh, ütleme, nagu siin, nigu, siin tegelt see pagulasteema on ka üks suur poliitiline nüanss kõik siin kuradi asjade seas, et sõna võtta, arvata /.../

Regulatsioonide kohaselt ei tohi intervjueeritavate sõnul laimata ka kaitseväge ega ka midagi või kedagi muud ning samuti ei tohi kasutada roppusi.

M3: Lisaks ka siis iga inimese nagu loomuses on ka see, et kui sa kuskil töötad, siis ära hammusta kätt, mis sind toidab, et ära laima seda, et avalikult ka veel, et kui on probleem, siis lahenda see siseselt. Et see on, noh, nagu peregagi, et ära mine küla peale seda lahendama, lahendame siseselt probleemid ära ja.

Lisaks aspektidele, mida sotsiaalmeedia regulatsioonide kohaselt teha ei tohiks, tõid intervjueeritavad näiteid ka sellest, mida nad sotsiaalmeedia materjalide kohaselt tegema peaksid. Näiteks peab sotsiaalmeedias oma arvamust jagades arvestama, et tegemist on isikliku arvamuse avaldusega, mis ei tohiks peegeldada seda, et terve kaitseväge nii arvab. Sellest klauslist tulenevalt võiks mõne intervjueeritava arvates sotsiaalmeedias arvamuse avaldustest üldse hoiduda.

M5: Võib-olla mingeid meile on vahepeal saadetud mingite...jah, mul isegi tuleb ette, et äkki isegi nende mingite juhtumite puhul saadeti meile meil ka, tuletamaks meelde, et kuidas siis sotsiaalmeedias käituda ja kuidas, nagu seda tuletati jälle meelde, ühe inimese arvamus on siis kogu organisatsiooni arvamus.

Veel leidsid intervjueeritavad, et kaitseväelased peaksid käituma kaitseväelastele kohaselt igal ajal ning seda ka sotsiaalmeedias.

M10: Kursuse lõpus oli loeng, et ta ei olnud selline nagu hästi jäme loeng, vaid just selline, et räägiti rahulikult, et me oleme ka inimesed, me tahame ka sotsiaalmeediast samamoodi osa saada, et me võime küll postitada ja asju teha, aga selles mõttes, et ikkagist me peame alati jääma kaitseväelasteks. Isegi, kui me oleme tsiviilriided seljas, me ikkagist peame olema kaitseväelased, sest see kuidagi omavahel lingitakse ära või tõmmatakse paralleeli sellega, et sa oled kaitseväelane ja siis omakorda sellest tuleb mingi jama, kui see postitus on sellise sisuga, mis võib siis nii-öelda kaitsevägele kuidagi mõju avaldada.

Kokkuvõtvalt öeldes ei mäletanud suurem osa intervjueeritavatest kokkupuudet dokumendiga „Juhend kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“, küll aga on neile tutvustatud muid juhiseid ja materjale. Nad on osalenud ka sotsiaalmeediateemalistel loengutel ning seminaridel. Intervjueeritavad tõid välja erinevaid aspekte, mida nad sotsiaalmeedia materjalidest mäletasid. Paljud uuritavad käituvad sotsiaalmeedias sisetunde järgi, sest juhendite rohkuse tõttu ei jää kõik meelde.

3.6. Enese tegevuse piiramise tunnetamine sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimise tõttu

Enese tegevuse piiramist sotsiaalmeedia regulatsioonide tõttu tunnetasid intervjuueeritavad erinevalt. Kõik intervjuueeritavad järgivad enda sõnul neile kehtestatud sotsiaalmeedia regulatsioone, mistõttu on seletatav, et osa neist tunneb selle tõttu piiranguid. Mõned intervjuueeritavad leidsid, et regulatsioonid piiravad mingil määral nende sotsiaalmeedia kasutust ning nad ei saa alati oma arvamust avaldada või midagi postitada, vaid peavad oma sotsiaalmeedia tegevused hoolikalt läbi mõtlema ning järgima, mida nad üles panevad. Lisaks kommenteerivad nad vähe ning avalikult erinevatel teemadel sõna ei võta.

M7: Kui ma ise midagi teen, siis tavaliselt ma panen võimalikult mittekaitseväelaslikke pilte üles või siis kui panen isegi üles, siis ma teen seda, et sealt ei oleks midagi sellist näha, et oleks nii-öelda kaitseväe mainele halvasti või negatiivselt mõjunud /.../ Mõnes kohas võib-olla vaatad seda kommentaariumit või kuskil midagi on, siis ei saa sinna võib-olla postitada midagi. Isegi, noh, kui sa võib-olla ei taha sinna postitada, siis sa saad aru kohe, et see on see koht, kus ma pean eemale hoidma või on siin mingisugused leheküljed tehtud või mingid grupid, millega liitumine võib olla suht kaitseväe-vastane.

Küll aga tõid rohkemad intervjuueeritavad välja, et nad ei tunne sotsiaalmeedia kasutamise osas piiranguid ega millestki puudust, mida nad regulatsioonide tõttu teha ei saaks. Sellisel seisukohal olivad põhjendasid seda sellega, et nad ei postita sotsiaalmeediasse suurt midagi või on olemasolevad regulatsioonid nende oma mõtetega kooskõlas.

M5: Mind nagu isiklikult ma tunnen, et suuresti ei piira, sest nagu ma ütlesin, ma olen kuiv kasutaja. Ma väga palju, no selliseid kirjalikke postitusi kuskil sotsiaalmeedias ma ei ole vist ammu teinud. Ja ma otseselt nagu mingeid piiranguid, nagu mind nad ei piira, sest ma ise ka kuidagi saan aru, et tulenevalt meie siis ametist ei pea nagu kõik inimesed kõike teadma.

Lisaks sellele, kuidas intervjuueeritavad ise sotsiaalmeedia regulatsioone järgivad, selgus uuringust ka see, mil määral nende kolleegid intervjuueeritavate arvates regulatsioone järgivad. Enamik arvas, et nende kolleegid üldjuhul järgivad regulatsioone ning nad hoiavad ka ise üksteise sotsiaalmeedia tegevustel silma peal. Kartuses reeglite vastu eksida, ei postita uuritavate nooremad kolleegid sotsiaalmeediasse pigem üldse.

M3: Ikka järgivad. Ja enamjaolt on see, et me näeme ka üksteist, üksteise tegevust, et me suudame nagu üksteise tegevust ka parandada või siis panna mõtlema talle, et kas see on õige tegevus või mitte. Ja ma olen ühte pilti näinud, kus oli ka midagi keelatud peal, siis ma ütlesin talle, soovitasin, et kuule, et see ei ole õige ja siis ta ise ka „aa, ma ei pannudki tähele“.

M8: Minu tutvusringkond üldjuhul ikkagi nigu peab reeglitest kinni, et võib-olla isegi liiga palju selles suhtes, et nad kardavad nagu mingeid asju üldse teha. Et jah, kuna tegemist on siin üsna noortega, siis nad ikka nigu kardavad sihukseid asju. Nad kardavad, et nad teevad äkki midagi valesti. Et nad ei tea päris täpselt, mida võib teha ja mida mitte ja siis pigem nad ei teegi seda, et noh, et pahuksisse või kuidagi.

Mõne intervjuueeritava arvates üksikud kolleegid siiski sotsiaalmeedia regulatsioone ei järgi. Viimast leiti eriti just vanemate kolleegide kohta, kes kipuvad materjalide liigrohkuse tõttu uutesse juhenditesse kergemalt suhtuma.

M1: Ma arvan, et võiks rohkem. Ma arvan, et kusjuures pigem vanemad kolleegid võib-olla ei ole selle peale nagu nii palju mõelnud või siis nad on lihtsalt juba immuunsed, et neil on ükskõik sellest, ma ei kujuta ette /.../ Nüüd kui ajateenistusse minnakse, siis räägitakse päris mitu korda sellest ja on suured loengud selle kohta ja kooli tulles sa annad allkirju nii paljudesse paberitesse, et sa pole varem nii palju allkirju kunagi andnudki. /.../ Samas, kui sa oled juba 20 aastat või äkki 15 aastat teeninud kuskil, vahepeal tuleb jälle mingi järjekordne paber, millele pannakse allkiri alla enam-vähem, siis see sisu võib minna kaotsi kergelt, et mida sa sinna postitada võid ja ei või.

Üks intervjuueeritav mainis, et enne Kõrgemasse Sõjakooli tulekut oli mitmetel kolleegidel sotsiaalmeedias regulatsioonidega vastuolus olevat sisu, kuid seoses kooli tulekuga pole ta enam midagi sellist märganud. Teine intervjuueeritav tõi välja sarnase mõtte enda näitel. Nimelt oli ka temal ebasobivaid peopilte, kuid seoses kaitseväkke tulekuga on ta oma sotsiaalmeedia käitumist muutnud.

M7: Praegu nagu ei ole küll midagi väga hullu olnud. Ei oska küll väga näiteid tuua, et tavaliselt oli, ennem, kui siia kooli tulekut osadel oli ja profiili peal mingisuguseid asju, aga need nii-öelda kaotati ära. Et ei, praegu küll ei ole, väga vähest nagu, probleeme küll sellega midagi olnud ei ole.

M8: Võib-olla praeguseks hetkeks ma olen nendega harjunud selle koha pealt, aga alguses, jah, mingil määral ikka pidi midagi muutma, kui ma kaitseväkke tulin, siis ma olin ka siukene noorem ja siis oli ka rohkem pidutsemist ja sihukseid pilte, mis ei olnud võib-olla sobilikud.

Kokkuvõtvalt järgivad kõik intervjuueeritavad enda sõnul sotsiaalmeedia regulatsioone, mistõttu tunneb osa neist selle tõttu piiranguid ning peab sotsiaalmeedia tegevused läbi mõtlema ning enda tegevust jälgima. Suurem osa intervjuueeritavatest siiski piiranguid ei tunneta ega tunne sotsiaalmeediat kasutades millestki puudust. Ka uuritavate kolleegid üldjuhul järgivad nende hinnangul sotsiaalmeedia regulatsioone, kuid on ka erandeid.

3.7. Kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonide roll

Kõik intervjuueritavad leidsid, et kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonid on väga olulised ja vajalikud. Eelkõige selleks, et kõik kaitseväelased oleksid teadlikud, kuidas sotsiaalmeedias käituma peaks ning et nad saaksid ühtemoodi aru, mida sotsiaalmeedias teha võib ja mida mitte. Intervjuudes toodi välja, et sotsiaalmeedia regulatsioonid on kaitseväes vajalikud ka julgeoleku mõttes, et liigset informatsiooni ei lekiks ning selleks, et kaitseväelased ei rikuks oma sotsiaalmeedia käitumisega kaitseväge ega enese mainet.

M6: Ja, ma arvan, et nad on olulised, sest nagu ma ütlesin, inimesed on hästi erinevad ja ütleme, kui ongi, et mina või keegi teine saab näiteks, kohe hammustab läbi, et ahah, sihukest asja võiks, sihukest asja ei võiks, siis mõni teine võib-olla, tal on hoopis teistsugune nägemus sellest, eksole, siis me ikkagi ühtlustame selle ära, et mida me organisatsioonist tahame nagu maha jätta nii-öelda.

Suurem osa intervjuueritavatest arvas, et sotsiaalmeedia regulatsioone ja materjale võiks aeg-ajalt kaitseväes rohkem meelde tuletada, kuna need kipuvad ajapikku ununema. Lisaks arvasid mitmed intervjuueritavad, et tekstide kõrval võiks rohkem olla pildilisi materjale, mis aitab näited paremini meelde jätta.

M2: Ma arvan, et võiks pigem küll, sest muidu loeng on ära, esimesed kaks-kolm kuud järgid neid, siis hakkavad ajapikku ununema, mugavad jälle asju ja siis võib jälle ära ununeda, siis võid jälle kogemata midagi valesti teha, midagi saatuslikku.

Üks intervjuueritav oli seisukohal, et sotsiaalmeedia regulatsioonide tutvustamine praegusel kujul ei ole väga efektiivne, rääkides just kirjalikest materjalidest.

M1: See peab olema väga peenike piir sõnavabaduse ja selle piiramise vahel, kuid neid soovitusi ja neid, mida mitte teha, neid peaks kuidagi selgemini rõhuma või selgeks tegema inimestele, kuidagi suuremal mastaabil. See, et mingisugune kiri tuleb, kus on kirjas, et mingi väike video on vaja vaadata kord aastas, kaks korda aastas, et tegelt on see ilmselgelt liiga vähe. Pigem võiks olla mingi suur, aga võib-olla ühekordne üritus või siis mingi aasta. Et sellele mingi tugev nii-öelda statement teha, kaitseväge-sisene, panna märk maha, et nii, asjad on nüüd niimoodi, nüüd hakkavad asjad nii olema. Praegu üritatakse selle sujuva ülemineku peale mängida, mis ma arvan, et ei tööta. Kaitseväge organisatsioonina ei ole väga sujuv, vaid pigem asja nokib, kui läheb karmiks, et nad töötaksid niimoodi palju paremini lihtsalt, see oleks palju omasem meile.

Enamik intervjuueritavatest leidis, et hetkel on sotsiaalmeedia reguleerimine kaitseväes piisavalt reguleeritud. Seda põhjendati sellega, et ülereguleerimisel tekiks muud probleemid, näiteks sõnavabaduse liigne piiramine, mida nad aga hetkel ei näe. Mõni

intervjueeritav tõi põhjendusena välja ka selle, et ta ei tunne, et sotsiaalmeedia regulatsioonid tema tegevusi piiraks ja teda häiriks.

M9: Ma arvan, et piisavalt, et kui liialt palju reguleerida, siis läheb juba õiguste piiramise peale, piiramiseks ja siis hakkaks, kindlasti hakkaks inimesed rohkem sõna võtma ja see pigem tekitaks pahandusi kaitseväele.

Mitu intervjueeritavat leidsid, et sotsiaalmeedia kasutus kaitseväes on alareguleeritud ning regulatsioonid peaksid olema karmimad, eriti ajateenijatele. Lisaks toodi intervjuudes välja, et kuna kaitseväelastele ja nende sõnavõttudele pööratakse suuremat tähelepanu, siis peaksid regulatsioonid karmimad olema.

M4: Seal nagu inimesed ei kontrolli või ei saa aru üldse, et nende jaoks see ongi nihuke lahe, äge asutus, teeme pulli ja paneme vingeid videosid ja pilte sinna ülesse ja tavaliselt alati, kui meile tutvustatakse neid juhendeid kaitseväes, mida peame järgima just sotsiaalmeedia teemadel, siis tuuakse hästi palju ajateenijate pilte ja videosid meile näidiseks. Selle koha pealt on ta ebapiisav, seda ma võin kindlasti ise 100% öelda, et see on ebapiisav. Ma tean, et aastatega see paraneb kõvasti või on paranenud ka, et siin lähiaastatel ja ma arvan tulevikus on ka, ma loodan väga. Tõesti häbi on vaadata, et sellised mehed, just laigulistest ja teevad selliseid imelikke asju. Sinna tuleks kindlasti korraliku rusikaga lauale peksta ja kuradima neid erinevaid regulatsioone ja juhendeid näost ja igast erinevatest aukudest sisse taguda.

Rääkides sotsiaalmeedia reguleerimise tõhususest kaitseväes, olid intervjueeritavad eri arvamusel. Mitmed tõid välja, et need peaksid olema tõhusamad ning selleks oleks vaja, et keegi kontrolliks kaitseväelaste sotsiaalmeedia kontosid, mis paneks regulatsioonidest rohkem kinni pidama ja muudab neid seeläbi ka tõhusamaks.

M1: Ma näen, et kindlasti aitaks kaasa kasvõi hetkeline nõiajaht. Ehk siis ma ei kujuta ette, mis iganes see võiks olla, et inimesed tunneksid, et neil on ka keegi, kes seda asja vahest kontrollib, kes seda asja vaatab, pisteliselt lihtsalt vaataks kontosid. See küll tundub natuke sihuke ajas tagasi minek, nihuke Gestapo värk, aga probleem on see, et kui nüüd üks inimene otsustab teadlikult eirata neid reegleid, siis ta tegelikult tekitab suurt kahju kogu üritusele. Ehk siis ma näen, et mingisugune pisteline kontroll oleks sobilik /.../ mingisugune osakond, ütleme siis nii, kes kontrolliks just nii-öelda kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutamist.

Sellega seoses mainisid mõned intervjueeritavad, et regulatsioonide tõhusus on saavutatud niinimetatud näidispuumiste läbi, mis tähendab, et üks kaitseväelane on eksinud, tema eksimust näidatakse ka teistele kaitseväelastele ning see distsiplineerib teisi ning paneb neid regulatsioone rohkem järgima.

M2: Meil veebel võttis eraldi rühma kokku ja siis rääkis meile sellest, et meil endal pahandusi ei tekiks ja seda tehti alles peale seda, kui oli pahandus olnud. Pandi Facebooki pilt üles kaitseväe vormides ja pandi panamad pähe, metsamütsid meil, need keerati tagurpidi ja

„hõissa, kaitsevägi kalale“ pandi veel pealkirjaks, taggiti kohad ära kõik ja peale seda, kui näidispoomine tehti nende peal, peale seda hakati rääkima sellest. Seda sama pilti näidati kogu pataljoni ees ja samal päeval jagati ka linnalubasid. Ja siis nemad kutsuti rivi ette, näidati seda pilti kõigile ja samal ajal, kui see pilt katki rebiti, rebiti ka nende linnalood pooleks. Teistele mõjus see kohe kindlasti. Enam mitte keegi ei pannud ühtegi pilti üles.

Suurem osa intervjuueeritavatest arvas siiski, et sotsiaalmeedia regulatsioonid on hetkel kaitseväes tõhusad. Need, kes nii arvasid, põhjendasid oma arvamust sellega, et nad pole pikka aega näinud ega kuulnud probleemsetest juhtumitest, mis näitab neile, et regulatsioonidest pole üle astutud.

M5: Sellist, kui ma võtan üldpilti, mida ma ise näinud olen, siis ma arvan, et need on tõhusad, sest ma ei ole ammu mingeid probleeme nagu näinud ega kuulnud. Vähemalt minu selles ringkonnas, kellega ma suhtlen ja keda ma jälgin, siis ma ei ole nagu jah.

Intervjuudest selgus, et kuigi regulatsioonid on tõhusad, võiks neid siiski aeg-ajalt uuendada ja täiendada vastavalt reaalsuses aset leidvatele juhtumitele. Samas oldi ka seisukohal, et regulatsioonide kitsaskohtade kallal juba töötatakse ning vajadusel neid uuendatakse.

M3: Minu jaoks on need praegu tõhusad, kuid siis tuleks neid aeg-ajalt täiendada, et analüüsides mingit sündmusi või asju, et vältida neid.

M9: Arvan, et üldjoontes on tõhusad, et seda tööd tehakse põhjalikult ja need uuendused ka, et ikkagi muudetakse seda, neid dokumente paremaks, et nii kui nähakse kitsaskohti, jälle hakatakse töötama selle kallal, et täpsemaks, arusaadavamaks.

Kokkuvõtvalt leidsid kõik intervjuueeritavad, et kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonid on olulised ja vajalikud, küll aga võiks neid kaitseväes rohkem meelde tuletada ning tekstide kõrval võiks rohkem olla pildilist materjali. Enamik leidis, et sotsiaalmeedia reguleerimine on kaitseväes piisavalt reguleeritud, mitme arvates peaksid need olema karmimad, eelkõige ajateenijatele. Suurem osa intervjuueeritavatest arvas, et sotsiaalmeedia regulatsioonid on hetkel kaitseväes tõhusad, kuid neid võiks neid siiski aeg-ajalt uuendada ja täiendada.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

Selles peatükis annan vastused uurimisküsimustele, mille käigus esitan seosed teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade ning oma uuringust leitu vahel. Peatüki lõpus analüüsin enda tegevust tuues välja meetodi kriitika ning annan soovitusi edasisteks uuringuteks.

4.1. Sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes

Uuritavate arvamused kaitseväe sotsiaalmeedia kasutuspraktikate ja –põhjuste kohta kattusid suuresti sotsiaalmeediaga kaasnevate võimalustega ning langesid paljuski kokku teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtade peatükis välja toodud rakendusvõimalustega. Uuringus osalenud kadettide arvates kasutab kaitsevägi sotsiaalmeediat eelkõige kaitseväega seotud informatsiooni jagamiseks ning ka Aroldi (2016) kohaselt kasutab kaitsevägi sotsiaalmeediat andmaks teada oma tegevustest ja olemusest ning suurele hulgale inimestele teabe ja suuniste jagamiseks. Nii USA kui ka Kanada sõjavägi kasutavad YouTube'i enese reklaamiks ning YouTube'i kanal Canadian Armed Forces (Kanada relvajõud) ongi spetsiaalselt mõeldud sõdurite värbamiseks (Mirrlees, 2015). Eesti näitel on Kõrgema Sõjakooli Facebooki leht teinud viimastel aastatel värbamiskampaaniat eesmärgiga kutsuda kõrgemasse sõjakooli uusi õppureid (Kõrgem sõjakool alustab..., 2016). Siinkohal võib näha kadettide pakutud sotsiaalmeedia võimalust teha kaitseväele reklaami, mis on tihedalt seotud uute sõjaväelaste värbamisega. Intervjuudes toodi välja ka koostöö võimalus sotsiaalmeedias teiste organisatsioonidega ning Mayfieldi (2011) kohaselt on sõjaväe sidemed akadeemiliste asutuste ja tööstustega juba olemas ning on väga olulised.

Aspekt, mida teoreetilistest lähtekohtadest ei selgunud, kuid mida uuritavad sotsiaalmeedia võimaliku kasutegurina mainisid, oli hirmu vähendamine kaitseväe ees. Lisaks sellele, et sotsiaalmeedia võimaldab dialoogi tekkimist, mille käigus saab sõjavägi vastata rahva küsimustele (Moe, 2011), mis omakorda võib kaasa aidata hirmu vähendamisele kaitseväe ees, on oluline aspekt, et suur osa teooriast põhineb USA näidetel, kus pole sõjaväkke minek kohustuslik. Seetõttu ei pea selle ees hirmu tundma, mistõttu polnud seda ilmselt materjalides

mainitud. Eestis on aga ajateenistus kohustuslik ning mõni võib selle ees hirmu tunda, kuid ka Eesti materjalidest ei nähtunud võimalust vähendada sotsiaalmeedia abil hirmu kaitsevärke astumise ees. Siinkohal võib spekuloida, et see hirm pole aktuaalne ega suur probleem ning ka intervjuudes pööras vaid üks kaitsevaelane sellele tähelepanu.

Teooriast ei selgunud samuti turvatunde loomist ning siinkohal võib põhjuseks tuua selle, et USA ja Eesti kontekstis on juttu eelkõige kaitsevaelaste/sõjavaelaste, dokumentide ning teabe turvalisuse kaitsmisest, mitte aga nende inimeste turvatunde loomisest, kes erinevaid kaitseväre sotsiaalmeedia platvorme jälgivad. Teooriast ei selgunud ka kaitseväre võimekuse demonstreerimist ja vastaspoole heidutamist. Siinkohal võib oletada, et need pole peamised põhjused, miks Eesti Kaitseväre sotsiaalmeediat kasutab. Lisaks võib kaitseväre võimekuse näitamise ja läbi selle vastaspoole heidutamise lugeda eespool välja toodud informatsiooni jagamise alla, mille käigus saab jagada teavet kaitseväre varustuse kohta. Kuigi intervjuude põhjal on kaitseväre võimekuse demonstreerimine ja vastaspoole heidutamine sotsiaalmeedia kasutamisega kaasnevaks võimaluseks, siis nägid intervjuueeritavad seda ka riskina, sest sarnaselt Perryga (2010) arvasid uuritavad, et seeläbi antakse palju informatsiooni kaitseväre tegevuse, võimekuse ja turvalisuse piirangute kohta, mis Cuccio (2014) kohaselt võib valedes kätes ohustada käimasolevaid operatsioone ja julgeolekut.

Uuritavad tõid ohukohana välja ka kaitseväre halva maine, mis võib tekkida kaitsevaelaste ebasobivate sotsiaalmeedia fotode (näiteks relvastusest, alkoholist) ja postituste tõttu. Sellega seoses oli nende arvates suureks ohukohaks ühe kaitsevaelase tegude ja öeldu ülekandmine kogu kaitsevärele. Rodewigi (2012) kohaselt peavad sõdurid teadma, et nad esindavad ka sotsiaalmeedias sõjaväre, mistõttu nad ei saa tööpäeva lõpus lakata sõdur olemast. Kuna sõjavaelane on osa sõjaväest, peavad nad vabal ajalgi oma sotsiaalmeedia tegevusi jälgima, sest nende käitumine peegeldab ka internetis sõjaväre väärtusi (USA sõjaväre on..., 2017). Intervjuudest ilmnes, et uuritavad on sellise seisukoha omaks võtnud, kuna arvasid samuti, et nad on igal ajal kaitsevaelased ning peavad vastavalt sellele käituma ka sotsiaalmeedias.

Paljuski seetõttu leidsid intervjuueeritavad, et projektiivtehnika käigus lugemiseks antud Vörno, Reitelmanni ja Tarieni sotsiaalmeedia postitused olid probleemsed, kuna nende hinnangul võidi meeste postitusi tõlgendada kui terve organisatsiooni sõnumit. Lisaks oli nende arvates tegemist poliitiliste sõnavõttudega, millest kaitsevaelane peaks hoiduma. Seda ütleb ka Kaitseväreteenistuse seadus (2013) § 123 – tegevaelane ei tohi teenistusülesannete

täitmise ajal tegeleda poliitiliste vaadete levitamisega. Sellistel ametikohtadel töötavad isikud peavad intervjuueeritavate arvates meeles pidama, kus organisatsioonis nad töötavad ning et nende öeldut võidakse tõlgendada terve organisatsiooni seisukohana. Siinkohal oleks ehk aidanud märke lisamine, et tegemist on meeste isikliku arvamusega, kuna oma nime all avaldatud isikliku arvamuse ja teenistuskohast tulenevate seisukohtade eristamiseks peab lisama märke, et avaldatu väljendab inimese isiklikku arvamust ega pruugi ühtida tema tööandja seisukohtadega (Juhend kaitseväelaste osalemiseks...,2011).

Võrno puhul on oluline märkida, et tegemist oli ainsa postitusega, mida Võrno jagas ka nendega, kes tema sõbralisti ei kuulu (Võrno nimetas pagulasi..., 2015). Siinkohal võib spekuloida, et ta sooviski, et see postitus jõuaks rohkemate inimesteni. Ka üks intervjuueeritav arvas, et Võrno kasutas avaliku elu tegelasena ära oma sotsiaalset staatust, et panna teisi enda arvamust järgima. Võrno oli tol ajal kõrgel positsioonil, mistõttu pälvis tema postitus suurt tähelepanu.

Uuritavad nägid ohukohana ka õppuste asukohtade avaldamist sotsiaalmeedias. Cuccio (2014) kohaselt pelgavadki sõjaväejuhid sotsiaalmeediat kasutada, sest neil on hirm, et nende asukoht paljastatakse sõdurite poolt, kes postitavad sotsiaalmeediasse, kuhu nad läinud on või kus nad hetkel asuvad. See annab ükskõik kellele võimaluse isik üles leida. Uuritavad töid ohukohana välja ka sotsiaalmeedias levivad videoklipid, mida võõrriik võib propagandana ära kasutada. Moe (2011) sõnul on see täiesti reaalne probleem, kuna näiteks USA vaenlased levitavad videote abil oma tõlgendusi sündmustest ja levitavad sellega propagandat.

4.2. Kaitseväelaste sotsiaalmeedia kasutus

Intervjuueeritavad ise kasutavad sotsiaalmeediat peamiselt suhtluseks ehk minu uuringust nähtub, et sotsiaalmeedia kasutus aitab rahuldada uuritavate sotsiaalse integreerituse vajadust (Cuccio, 2014; Matthews-Juarez jt, 2013). Lisaks suhtlemisele kasutavad intervjuueeritavad sotsiaalmeediat ka meelelahutuseks (piltide ja videote vaatamiseks, uudiste lugemiseks) ehk nagu on leidnud teisedki autorid (Sherman jt, 2015; Edwards-Stewart jt, 2016), pakub sotsiaalmeedia kasutamine kaitseväelastele võimalust lõõgastuda. Läbi viidud intervjuudest nähtus, et sotsiaalmeedia aitab rahuldada ka intervjuueeritud kadettide kognitiivseid vajadusi (Sherman jt, 2015: 4; Weber, 2013: 129), seda kursusekaaslastelt ja muudelt tuttavatelt

informatsiooni saades, oma kogemusi jagades ning samuti ka kombineeritud vajadusi (Sherman, 2015). Viimast eelkõige loodud gruppides kursusekaaslastega suheldes ning olles ühenduses lähedastega neist eemal olles. Uuringust ei selgunud emotsionaalsete kogemustega seotud afektiivsete vajaduste rahuldamist, kuna sotsiaalmeedias loodud gruppe nägid intervjueeritavad pigem informatsiooni jagamise ning tavalise suhtluse eesmärgil, mitte üksteisele toe pakkumise ja saamise eesmärgil.

Kuna intervjueeritavad kasutavad sotsiaalmeediat nii eraeluliselt kui ka tööalaselt, oli oluline selgitada, kuidas nad sotsiaalmeedias vaba ja tööaja vahelist piiri tunnetasid. Sarnaselt Rodewigi (2012) arvamusega leidis osa uuritavatest, et töö ja vaba aja vahelist piiri sotsiaalmeedias pole, mistõttu ei muutu nende käitumine tööpäeva lõppemise ja vormist seljast võtmisega. Mõni intervjueeritav tunnetas sotsiaalmeedias piiri selles, kas ta kasutab töö ajal sotsiaalmeediat või mitte ning nende sotsiaalmeedia käitumine muutub vastavalt sellele, kas tegeletakse tööasjadega või vaba aja tegevustega. Siinkohal tundub, et vormi saab ka siia üle kanda, nimelt on selle kohaselt töö ajal vormiriietust kandes sotsiaalmeedia kasutamine rangemalt reglementeeritud ja kontrollitud võrreldes sellega, kui kaitseväelastel on vaba aeg ja nad saavad kanda tsiviilriideid.

Kuigi kaitseväelane peab jääma kaitsevälaseks igal ajal ka sotsiaalmeedias (Juhend kaitseväelaste osalemiseks..., 2011), siis toodi intervjuudes välja, et sotsiaalmeedias võib end vabamalt tunda, kui keegi seal ei tea, et tegemist on kaitsevälasega. See aga võib osutuda probleemseks, kuna tänapäevases tehnoloogiast küllastunud ühiskonnas on raske garanteerida, et keegi sotsiaalmeedias ei tea, et isik on kaitseväelane. Samuti on keeruline tagada, et keegi ei jagaks seda teadmist edasi.

Tööaja ja vaba aja vahelist piiri sotsiaalmeedias nähti intervjuude põhjal ka selles, kas ollakse koolis või õppustel/missioonil. Selgus, et koolis tunneb mõni intervjueeritav end oma sotsiaalmeedia tegevustes vabamalt, kuid õppustel või missioonil peavad nad väga hoolikalt jälgima, mida nad sotsiaalmeedias teevad. Kuna nii õppustel/missioonil kui ka Kõrgemas Sõjakoolis peavad uuritavad vormi kandma, siis siin riietus rolli ei mängi. Küll aga võib kooli ja õppuste/missiooni vaheline erinevus tulla sellest, et õppustel ja eelkõige missioonil on rohkem kaalul kui koolis olles ning ka Rodewigi (2012) kohaselt peab sõdur sotsiaalmeediat kasutades arvestama, et vaenlane jälgib. Leian, et eriti missioonil olles on oma ja enda üksuse

tegevuse ning liikumise salajas hoidmine olulisema tähtsusega ning piltide ja postituste tegemisel ning üles laadimisel sotsiaalmeediasse tuleb olla veelgi ettevaatlikum.

4.3. Privaatsuse kaitsmise võtted sotsiaalmeedias

Uuringust ilmnes, et intervjueeritavad kasutavad oma privaatsuse kaitsmiseks sotsiaalmeedias peamiselt kolme suuremat privaatsusstrateegiat: valikulist informatsiooni jagamist, enesetsensuuri ja erinevaid identiteete. Esimese puhul selekteerib inimene, kes tema jagatavat informatsiooni näevad ja teistele on see salastatud (Lange, 2007: 369). Ka intervjuudest selgus, et suurem osa intervjueeritavatest valib, kellele nad millist informatsiooni näitavad ning nad on oma sotsiaalmeedia kontod seadistanud nii, et nende kohta käivat teavet, pilte ja postitusi näevad ainult inimesed, kelle nad on oma sõbraks vastu võtnud.

Enesetsensuuri kasutatakse kujuteldava auditooriumi, sealhulgas vanemate, tööandjate ja teiste tähtsate isikute vastu, mistõttu postitatakse potentsiaalsetele lugejatele sellist sisu, mis oleks nende poolt aktsepteeritud ning seetõttu ei arutleta sotsiaalmeedias vastuoluliste või isiklike teemade üle ega kritiseerita kedagi (Marwick ja boyd, 2010: 125). Ka uuringust selgus, et kõik intervjueeritavad kasutavad oma privaatsuse kaitsmiseks enesetsensuuri, mistõttu nad ei arutle sotsiaalmeedias teemade üle, mis nende arust kaitsevaelasele sobilik pole, näiteks poliitika. Lisaks sellele on nad korduvalt üle vaadanud oma sotsiaalmeedia kontod, et seal poleks sisu, mille teised võiksid hukka mõista. Erinevate identiteetide korral loob kasutaja endale erinevaid kontosid, pseudonüüme või hüüdnimesid, et varjata oma tõelist identiteeti (Marwick ja boyd, 2010). Läbi viidud uuringustki selgus, et kaks intervjueeritavat kasutavad sotsiaalmeedias pseudonüüme, et neid oleks raskem üles leida.

Lisaks sellele kasutavad intervjueeritavad oma privaatsuse kaitsmiseks ka muid lahendusi. Näiteks jälgivad nad hoolega, kelle sõbrakutsed nad vastu võtavad ning mis inimestega tegu on. Ka „Juhend kaitsevaelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“ (2011) ütleb, et sotsiaalmeedias tuleb veenduda, et suhtluse teine osapool on soovitud isik ja suhelda on rangelt soovitatav vaid nende isikutega, keda isiklikult tuntakse, kuna sotsiaalmeedias saab libakonto abil ületada suhtlusbarjääri ning seeläbi hankida riigi seisukohalt tundlikku informatsiooni. Kõikvõimalikest rünnetest ja üleastumistest sotsiaalmeedias peab koheselt teada andma (*ibid.*)

ning ka intervjuueeritavad tõid välja, et annavad kahtlustäratavatest sõbrakutsetest ja inimestest teada julgeolekule.

Privaatsuse kaitsmiseks sotsiaalmeedias kasutatakse intervjuude põhjal ka erinevaid turvasüsteeme, mis on samuti välja toodud „Juhendis kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“ (2011). Nimelt tuleb selle kohaselt lisaks juhendmaterjalidele järgida üldtunnustatud internetiturvalisuse põhimõtteid ning kaitseväge infotehnoloogia eeskirja (*ibid.*). Lisaks sellele selgus uuringust, et privaatsust saab sotsiaalmeedias kaitsta ka läbi selle, et ei postitata eriti pilte. Kuigi seda juhendmaterjalides välja toodud pole, võib ühe intervjuueeritava vastusele tuginedes arvata, et mõne kaitseväelase jaoks on lihtsam pilte mitte üldse postitada, sest see ennetab ja välistab vastuollu minemise ka regulatsioonidega, kui pildil peaks olema midagi ebasobivat.

4.4. Sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine kaitseväes

Intervjuudest selgus, et uuritavatele on seoses sotsiaalmeediaga tutvustatud eri käskkirju ja juhiseid, nad on osalenud seminaridel, koolitustel ning nad on pidanud läbima iga-aastase küberhügieeni testi. Intervjuueeritavad ei mäletanud eriti konkreetseid kokkupuuteid juhendmaterjalidega, küll aga oskasid nad tuua näiteid, mida nad materjalide kohaselt sotsiaalmeedias teha võivad ja mida mitte. Suur osa aspektidest, mille intervjuueeritavad välja tõid, olid esindatud ka „Juhendis kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“ (2011). Näiteks rääkisid uuritavad, et materjalide kohaselt ei tohi nad postitada pilte relvadest, varustusest, alkoholist, purjus kaitseväelastest ning kaitseasutuste ruumidest või aladest. Välja toodi, et sotsiaalmeedias ei tohi jagada ka enda detailseid tööasju, sealhulgas õppuste asukohta, asutusesiseseid dokumente, mis on samuti juhendis kirjas. Intervjuudest selgus, et sotsiaalmeediasse ei tohiks üles panna pilte teistest kaitseväelastest või neid kuskil pildil ära märkida. Ka juhend ütleb, et tuleb eelnevalt küsida teise isiku luba ja loa puudumisel ei tohi teist inimest pildil ega tekstis ära märkida (*ibid.*).

Regulatsioonide koha pealt tekkis vastuolu, kas tegu oli uuritavate endi põhimõtetega või on nad need põhimõtted jätnud meelde regulatsioonidest. See intervjuudest ei selgunud, kuna uuritavad ei osanud öelda, kas need on nende enda põhimõtted või on need tekkinud läbi töötatud materjalide põhjal. Lisaks nähtub eelmisest lõigust, et uuritavad tõid välja mitmeid

aspekte, mis olid olemas ka juhendis, mida nad aga enda sõnul ei mäletanud. Siinkohal võib asi olla selles, et nad on ehk juhendit lugenud, aga lihtsalt ei mäleta seda või siis võivad need aspektid olla välja toodud muudes materjalides, kust uuritavad on need meelde jättnud.

Uuringu kohaselt võib väita, et intervjuueeritavad nägid ennast suure organisatsiooni osana, mistõttu peavad nad arvestama, et sotsiaalmeedias arvamust jagades on tegu isikliku arvamusega, mis ei tohiks peegeldada seda, et terve kaitsevägi nii arvab. „Ametnike väljendusvabaduse hea tava“ (2016) kohaselt peabki ametnik segaduse vältimiseks hoolitsema selle eest, et tema isiklike seisukohti ei peetaks asutuse seisukohtadeks ning tööalasel teemal kirjutatud isikliku arvamusloo juurde tuleks märkida, et artikkel väljendab autori enda seisukohti. Arvestama peab võimalusega, et eraisikuna esitatud väiteid võidakse omistada ka asutusele ja avalikule teenistusele tervikuna (*ibid.*) Sarnaselt piltide postitamisega arvas mõni uuritav, et parem on sotsiaalmeedias arvamusavaldustest üldse hoiduda.

Enese tegevuse piiramist sotsiaalmeedia regulatsioonide tõttu tunnetasid intervjuueeritavad erinevalt. Suurem osa neist piiranguid ei tunne, kuid mõni neid tunnetas ning uuritavad on enda sõnul sunnitud hoolikalt oma sotsiaalmeedia tegevusi jälgima ja need läbi mõtlema. Ka „Juhendis kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“ (2011) on öeldud, et kaitseväelane peab enne millegi avaldamist analüüsima selle sobilikkust avalikku ruumi, enda mainele ning kaitseväge teavitustöö eesmärkidele.

4.5. Kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonide roll

Kõigi uuritavate kohaselt on kaitseväelastele mõeldud sotsiaalmeedia regulatsioonid väga olulised ja vajalikud. Eelkõige selleks, et kaitseväelased oleksid teadlikud, kuidas sotsiaalmeedias käituma peaks, et nende arusaamu sotsiaalmeedia tegevustest ühtlustada ja ka julgeoleku mõttes, et liigset informatsiooni ei avaldataks ning et kaitseväelased ei rikuks sotsiaalmeedia käitumisega kaitseväge ega enese mainet. Küll aga arvas suurem osa intervjuueeritavatest, et sotsiaalmeedia materjale võiks aeg-ajalt kaitseväes rohkem meelde tuletada, kuna need kipuvad ajapikku ununema ning nad sooviksid tekstide kõrval näha rohkem pildilisi materjale. Regulatsioonide olulisus tuli välja ka Shermani jt (2015) kohaselt, kelle arvates tagab sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine teenistuses olevate isikute sobivate postituste tegemise. Ka mitmed teised autorid (Cuccio, 2014; Moe, 2011) on välja toonud, et

sõdurite koolitamine sotsiaalmeedia kasutamisel on vajalik, et nad ei avaldaks salastatud informatsiooni ning saaksid aru, mis on avalikus ruumis aktsepteeritav, sest Perry (2010) kohaselt on sotsiaalmeedia alal koolitamata sõdurid märkimisväärselt julgeolekuriskiks.

Rääkides sotsiaalmeedia reguleerimise tõhususest kaitseväes, peaksid need mitme uuritava arvates olema tõhusamad ning nad pakkusid välja ka lahenduse: kontrollida kaitseväelaste sotsiaalmeedia kontosid, kuna see teadmine paneb uuritavate arvates regulatsioonidest rohkem kinni pidama ja muudab neid seeläbi tõhusamaks. Enamik intervjuueeritavatest arvas siiski, et sotsiaalmeedia regulatsioonid on hetkel kaitseväes tõhusad, kuna nad pole pikka aega kuulnud probleemsetest juhtumitest, mis näitab neile, et regulatsioonidest pole üle astunud. Intervjuudest selgus, et kuigi regulatsioonid on tõhusad, võiks neid siiski aeg-ajalt uuendada ja täiendada vastavalt reaalsuses aset leidvatele sündmustele. Näiteks asus ka Kaitseliit pärast Reitemanni juhtumit muutma eeskirju sotsiaalmeedias osalemisega (Ideon, 2015). Kuna sotsiaalmeedias on laialdased võimalused kujundada kaitseväe mainet üldiselt (Juhend kaitseväelaste osalemiseks..., 2011), leidsid ka uuritavad, et regulatsioonid peaksid karmimad olema, sest kaitseväelastele ja nende sõnavõttudele pööratakse suuremat tähelepanu.

4.6. Meetodi kriitika

Bakalaureusetöö käigus läbi viidud semistruktureeritud standardiseerimata individuaalintervjuud olid antud teema uurimiseks sobiv meetod, kuna intervjuud andsid võimaluse inimeste arvamusi sügavuti uurida ning näha nende tõlgendusi.

Minu arvates oli väärt pakkuja mõne küsimuse juures oma märksõnu või variante, kui tundsin, et intervjuueeritav vajab küsimuse paremaks mõistmiseks lisaselgitust. Ilmselt mõjutas see mingil määral intervjuueeritavate vastuseid, kuna mõnel juhul haarasid uuritavad minu pakutud märksõnadest kinni ning hakkasid hoopis nendest rääkima. Kuigi ma kasutasin kuulamispõhiseid küsimusi, tundsin pärast intervjuude transkribeerimist siiski, et mõnes kohas oleksin pidanud veelgi rohkem juurde küsima, et saadud vastuseid paremini mõista.

Miinusena toon välja ka selle, et keskendusime intervjuudes liialt Facebookile, jättes teised sotsiaalmeedia platvormid pigem tagaplaanile, mistõttu oleksin võinud veelgi rohkem uurida ka teiste sotsiaalmeedia platvormide kohta. Samas on Facebook üks peamisi ja

intervjueeritavate poolt enim kasutatav kanal, mis selgitab liigset keskendumist Facebookile. Üheks enda nõrkuseks pean ka intervjuukava küsimuste järjekorrast kinni hoidmist, mistõttu vastused hüppasid pisut eri teemade vahet. Lisaks märkasin, et kasutasin kas-küsimusi küsimuste asemel, mis intervjuukavas olid mõeldud hoopis avatud küsimustena. Sellistel puhkudel küsisin siiski juurde ka miks-küsimusi.

Enne intervjuusid rääkisin intervjueeritavatele, et tagan nende anonüümsuse, selgitasin enda uuringut, nende vastuste kasutamist ja uuritavate vabadust ebasobivatele küsimustele mitte vastata. Püüdsin oma oleku ja jutuga ning intervjueeritavatele viidud šokolaadidega luua vaba ja sõbralikku õhkkonda julgustades intervjueeritavaid ausalt ja loomulikult rääkima. Selle kõigega soovisin vähendada intervjuu üht puudust – intervjueeritavate soovi näidata ennast paremas valguses ning anda sotsiaalselt soovitavaid vastuseid. Küll aga oleksin võinud kaaluda võimalust viia intervjuud läbi mõnes teises kohas kui sõjakoolis, sest võib-olla mõjutas koolis ja vormis olek mingil määral intervjueeritavate vastuseid. Sõjakooli kasuks otsustasin aga põhjusel, et teha intervjueeritavate jaoks intervjuu läbi viimine mugavaks, kuna nad viibisid parasjagu koolis.

Ühe plussina toon välja selle, et püüdsin võimalikult palju peegeldada intervjueeritavate vastuseid, mis nii mõnelgi juhul aitas vastust või segast olukorda täpsustada. Hilisemate intervjuude puhul tundsin, et küsisin juba rohkem kuulamispõhiseid küsimusi ning oskasin paremini juurde küsida ka intervjuukava väliseid küsimusi, mille peale ma esimeste intervjuude ajal mõelda ei osanud.

Valimi puhul leian, et kui oleksin intervjueerinud kaitseväelasi teistest väeosadest KVÜÕA kadettide asemel, oleksid tulemused ilmselt mõningal määral erinenud. Küll aga pidin tegema valiku ning otsustasin KVÜÕA kasuks eelkõige põhjusel, et seal õpivad erinevatest allüksustest tulnud kadetid, mistõttu oli minu valim üsna mitmekesine.

4.7. Edasised uuringud

Kuna suur osa selle töö teooriast põhines USA materjalidel ja Eesti osa oli vähem, siis näitab see, et ka Eestis võiks kaitseväe ja sotsiaalmeediaga seotud uuringuid ja materjale rohkem olla. Tööst aga selgus huvitav aspekt, mida minu arvates edasi võiks uurida. Nimelt ei selgunud tulemustest, mil määral kaitseväes sotsiaalmeedia kasutuse järelkontrolli teostatakse ning kas ja kuidas asjaosalisi nende rikkumistest teavitatakse. Sellest tulenevalt saaks edasi uurida, kuidas toimub kaitseväes sotsiaalmeedia kasutuse järelkontroll ning asjaosaliste teavitus üleastumiste korral ning üleastumistele järgnevatest karistustest.

Lisaks selgus intervjuudest, et kadettide arvates on ajateenijate sotsiaalmeedia käitumine väga probleemne, mistõttu leian, et võiks uurida ka ajateenijaid ning nende sotsiaalmeedia kasutamist. Kuna mina käsitlesin enda töös kaitseväelaste arvamusi, siis võiks uurida ka teiste kaitseväe töötajate või sotsiaalmeedia juhenditega seotud inimestelt nende seisukohti ja arvamusi seoses sotsiaalmeedia reguleerimise väljatöötamisega kaitseväes.

KOKKUVÕTE

Töö eesmärgiks oli uurida, millised on Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste Kõrgema Sõjakooli kadettide arvates kaitseväe sotsiaalmeedia kasutuspraktikad ja milleks kadetid ise sotsiaalmeediat kasutavad. Samuti oli töö eesmärgiks uurida, milliseid privaatsusstrateegiaid kadetid oma sotsiaalmeedia kontodel kasutavad ning millised on nende hoiakud ja arvamused seoses sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimisega kaitseväes. Uurimisküsimustele vastamiseks viisin läbi kümme individuaalintervjuud Kõrgema Sõjakooli kadetiga ning analüüsisin andmeid kvalitatiivselt.

Tulemustest selgus, et kadettide arvates kasutab kaitsevägi sotsiaalmeediat kaheksal põhjusel, mis on tihedalt seotud sotsiaalmeedia pakutavate võimalustega: kaitseväega seotud informatsiooni jagamine, hirmu vähendamine kaitseväe ees, kaitseväe reklaamimine, uue tööjõu värbamine, turvatunde loomine, kaitseväe võimekuse demonstreerimine, vastaspoole heidutamine ning koostöö tegemine teiste organisatsioonidega. Sotsiaalmeediaga kaasnevateks ohtudeks pidasid uuritavad peamiselt liigse ja delikaatse teabe jagamist, desinformatsiooni edastamist, propagandaks kasutatavaid jagatavaid videoklippe, kaitseväe halva maine tekkimist kaitseväelaste ebasobilike piltide ja postituste tõttu ning ühe kaitseväelase tegude ülekandmist terve kaitseväele.

Uuringust nähtus, et sotsiaalmeedia kasutamine aitab rahuldada uuritavate sotsiaalse integreerituse vajadust, kognitiivsete ja kombineeritud vajaduste rahuldamist ning samuti lõõgastumise vajadust. Lisaks selgus, et intervjuueeritavad kasutavad oma privaatsuse kaitsmiseks sotsiaalmeedias peamiselt kolme suuremat privaatsusstrateegiat: valikulist informatsiooni jagamist, enesetsensuuri ja erinevaid identiteete. Uuritavad ei mäletanud konkreetseid juhendeid sotsiaalmeedias osalemiseks, küll aga oskasid nad tuua nendest näiteid. Uuringust ei selgunud, kuivõrd käituvad intervjuueeritavad endi põhimõtete järgi ja kuivõrd on nad need põhimõtted jätnud meelde regulatsioonidest, sest seda piiri ei osanud ka uuritavad ise defineerida. Küll aga selgus, et osa uuritavatest tunneb sotsiaalmeedia regulatsioonide tõttu oma sotsiaalmeedia tegevuse piiramist, kuid suurem osa neist seda ei tunne.

Uuringu tulemused kattusid suures osas teoreetiliste ja empiiriliste lähtekohtadega. Näiteks olid nii intervjuueeritavate kui ka teooria kohaselt sotsiaalmeedia regulatsioonid kaitseväelastele vajalikud ja olulised, kuid vajaksid aeg-ajalt täiendamist. Töös esindatud valim ei olnud küll esinduslik, kuid esmaseks teema uurimiseks andsid intervjuud materjali, mida saaks edasi uurida.

Summary

Social media use and regulation of the usage of social media in Estonian Defence Forces based on the cadets of the Officers' School of the Estonian National Defence College

The aim of this research was to examine the Officers' School of the Estonian National Defence College cadets' opinions about the social media usage practices of the Estonian Defence Forces and to examine why do the cadets themselves use social media for. Furthermore, the study also aimed to explore what kind of privacy strategies the cadets use on social media and to study their opinions about the regulations of social media use in the Estonian Defence Forces. To find answers to my research questions I conducted 10 interviews with cadets of the Officers' School of the Estonian National Defence College and I analyzed the data in a qualitative way.

The results indicated that the cadets suggested eight reasons why social media could be used by Estonian Defense Forces. All of the reasons are closely related to the opportunities of social media: 1) sharing information about the Estonian Defence Forces, 2) reducing fear of the Estonian Defence Forces, 3) advertising the Estonian Defence Forces, 4) recruiting workforce, 5) creating a sense of security, 6) demonstrating the capabilities of the Estonian Defence Forces, 7) deterring the opposing forces and 8) working together with other organisations. The main risks associated with the social media use were: 1) sharing delicate and too much information, 2) misinforming others, 3) sharing videos that can be used for spreading propaganda, 4) blemishing the reputation of the Estonian Defence Forces via sharing inappropriate images and posts of soldiers and 5) conveying of one soldier's actions over to the whole Estonian Defence Forces.

The results indicated that using social media helps to satisfy the interviewees' need for social integrity, cognitive needs, combined needs and also their need for relaxation. The study also showed that interviewees use three main privacy strategies to protect their privacy: selective information sharing, self-censoring and multiple identities. The participants of the study did not remember when they had heard or used the specific manuals about social media use in the Estonian Defence Forces, but they were able to give examples of the content of the manuals.

However, it was difficult to assess how much the content of the manuals had affected the social media use of the interviewees.

The results of the study largely overlapped the theoretical and empirical bases. For example, both the theoretical base of the study and the interviewees found that the regulations of the usage of social media for soldiers are necessary and useful, but the regulations need renewing every once in a while. The findings of the study cannot be generalised, however, several opportunities for future research emerged.

KASUTATUD ALLIKAD

Ametnike väljendusvabaduse hea tava (2016). Kasutatud 25.04.2017

http://www.avalikteenistus.ee/public/etika/VIIMANE_V2ljendusvabaduse_hea_tava.pdf

Arold, U. (2016). Sotsiaalmeedia sõjapidamises. T. Noorits (Toim.) *Kaitseväe aastaraamat 2015* (79–83). Tallinn: Greif OÜ.

Blaikie, N. (2009). *Designing Social Research (Second Ed.)*. Cambridge: Polity Press

boyd, d. ja Marwick, A. (2011). *Social steganography: Privacy in networked publics*.

Kasutatud 15.01.2017 <http://www.danah.org/papers/2011/Steganography-ICAVersion.pdf>

Canadian Armed Forces YouTube'i lehekülg. Kasutatud 25.05.2017

<https://www.youtube.com/user/CanadianForcesVideos>

Catterall, M. ja Ibbotson, P. (2000). Using Projective Techniques in Education Research. *British Educational Research Journal*, 26 (2), 245-256.

Cuccio, C. E. (2014). *The politics of social media in the Department of Defense; how DoD's status changed from friend to defriend to friend again*. Doktoritöö. Virginia Polütehniline Instituut ja Riiklik Ülikool, teaduse ja tehnoloogia osakond.

Cunningham, T. (2010). Strategic communication in the new media sphere. *Joint Forces Quarterly*, 59 (4), 110–114.

Edwards-Stewart, A., Smolenski, D. J., Reger, G. M., Bush, N. ja Workman, D. E. (2016). An Analysis of Personal Technology Use by Service members and Military Behavioral Health Providers. *Military Medicine*, 181, 701–709.

Estonian Special Operations Forces Facebooki lehekülg. Kasutatud 10.01.2017

<https://www.facebook.com/ESTSOF/?fref=ts>

Ferdinando, L. (2013). *Soldiers must consider OPSEC when using social media*. Kasutatud 21.04.2017

https://www.army.mil/article/103528/Soldiers_must_consider_OPSEC_when_using_social_media

Hirsjärvi, S., Remes, P. ja Sajavaara, P. (2005). *Uuri ja kirjuta*. Harjumaa: Medicina.

Hong, W. ja Thong, J.Y.L. (2013). Internet Privacy Concerns: an Integrated Conceptualization and Four Empirical Studies. *MIS Quarterly*, 1, 275–298.

Ideon, A. (2015). Reitemann pani Kaitseliidu sundseisu. *Maaleht*, 8. oktoober. Kasutatud 12.01.2015 <http://maaleht.delfi.ee/news/maaleht/uudised/reitemann-pani-kaitseliidu-sundseisu?id=72634957>

Jaagant, U. (2015). Kaitseliidu ülem Reitemanni skandaalist: oleme infosõjas ja iga säärane eksimus üha võimendab seda. *Eesti Päevaleht*, 18. september. Kasutatud 10.12.2016 <http://epl.delfi.ee/news/eesti/kaitseliidu-ulem-reitemanni-skandaalist-oleme-infosojas-ja-iga-saarane-eksimus-uha-voimendab-seda?id=72478521>

Jaak Tarieni Facebooki lehekülg. Kasutatud 03.01.2016

<https://www.facebook.com/jaak.tarien?fref=ts>

Jonasz, A. (2012). Social Media: Some Things to Consider Before Creating an Online Presence. *U.S. Army Medical Department Journal*, 6, 37–46.

Juhend kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias (2011).

Kaitseliit jätab Urmas Reitemanni ametisse (2015). *Postimees*, 8. september. Kasutatud 12.01.2015 <http://www.postimees.ee/3320875/kaitseliit-jatab-urmas-reitemanni-ametisse>

Kaitseminister jättis kõrgete sõjaväelaste päevapoliitilised väljaütlemised hukka mõistmata (2015). Kasutatud 25.04.2017 <https://ekre.ee/kaitseminister-jattis-korgete-sojavaelaste-paevapoliitilised-valjautlemised-hukka-moistmata/>

Kaitseväe veebli Facebooki lehekülg. Kasutatud 10.01.2017

<https://www.facebook.com/kvveebel/?fref=ts>

Kaitseväeteenistuse seadus (2013). Kasutatud 19.01.2017

<https://www.riigiteataja.ee/akt/116062016011>

Kalmus, V., Masso, A. ja Linno, M. (2015). Kvalitatiivne sisuanalüüs. Kasutatud 12.11.2016

<http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>

Kangro, M. (2015). *Tsiviil- ja militaar meespopulatsioonide pereloomeline käitumine ja väärtusorientatsioonid*. Magistritöö. Tartu Ülikool, ühiskonnateaduste instituut.

Karotamm, T. (2015). Moodsas sõjas jõuavad lahingud taskutesse. *Postimees*, 26. detsember.

Kasutatud 3.11.2016 <http://riigikaitse.postimees.ee/3443819/moodsas-sojas-jouavad-lahingud-taskutesse>

Katz, E., Blumler, J. G. ja Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4): 509-523.

Katz, E., Gurevitch, M. ja Haas, H. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38, 164-181.

Kaukvere, T. (2016). Kreml ja ISIS sunnivad peale hübriidsõja teemat. *Postimees*, 16. detsember.

Kõrgem sõjakool alustab värbamiskampaaniat (2016). Kasutatud 5.11.2016

<http://www.mil.ee/et/arhiiv/9218/k%C3%B5rgem-s%C3%B5jakool-alustab-v%C3%A4rbamiskampaaniat>

Kõrgema Sõjakooli kodulehekülg. Kasutatud 5.11.2016

<http://www.sojakool.ee/uncategorized/tana-algab-korgema-sojakooli-reklaamikampaania/>

Lange, P. G. (2007). Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube.

Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 361–380.

Lawson, S. (2014). The US military's social media civil war: technology as antagonism in discourses of information-age conflict. *Cambridge Review of International Affairs*, 27(2), 226–245.

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10, 393–411.

Lucero, M. A., Allen, R. E. ja Elzweig, B. (2013). Managing Employee Social Networking: Evolving Views from the National Labor Relations Board. *Employee Responsibilities & Rights Journal*, 25, 143-158.

Marwick, A.E. ja boyd, d. (2010). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13, 114-133.

Matthews-Juarez, P., Juarez, P. D., Faulkner, R. T. (2013). Social Media and Military Families: A Perspective. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 23, 769-776.

Mayfield, T. D. (2011). A Commander's Strategy for Social Media. *Joint Forces Quarterly*, 60(1), 79-83.

Mihelson, H. (2016). Kaitsevägi ei soovita oma sõjaaja ametikohta sotsiaalmeedias eksponeerida. *Postimees*, 14. september. Kasutatud 05.01.2017
<http://www.postimees.ee/3836105/kaitsevaegi-ei-soovita-oma-sojaaja-ametikohta-sotsiaalmeedias-eksponeerida>

Mikser: Võrno käitumine kahjustab kaitseväge mainet (2015). *Postimees*, 18. juuni. Kasutatud 09.01.2016 <http://www.postimees.ee/3229663/mikser-vorno-kaitumine-kahjustab-kaitsevae-mainet>

Militermi kodulehekülg. Kasutatud 26.03.2017 <http://termin.eki.ee/militerm/>

Mirrlees, T. (2015). The Canadian Armed Forces „YouTube War“: A Cross-Border Military-Social Media Complex. *Global Media Journal - Canadian Edition*, 8(1), 71–93.

Moe, T. A. (2011). *Social Media and the U.S. Army: Maintaining a Balance*. Kansas: BiblioScholar.

Mount, M. ja Martinez, M.G. (2014). Social media: a tool for open innovation. *California Managament Review*, 4, 124–143.

Office of the Chief of Public Affairs (2014). The United States Army social media handbook.

Office of the Chief of Public Affairs (2016). *The United States Army social media handbook*. Washington DC: Pentagon.

Oolo, E. ja Siibak, A. (2013). Performing for one's imagined audience: Social steganography and other privacy strategies of Estonian teens on networked publics. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 7(1) [lehekülgi polnud].

Perry, C. (2010). Social Media and the Army. *Military Review*, 2, 63–67.

Prindle, R. (2011). Social Media as a Military Communication Competency. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1 (12), 2013–207.

Pöld, A. (2015a). Kaitseliidu spetsialist peab Euroopasse tungivaid põgenikke saastaks, inimrämpsuks ja mugavusprussakateks. *Delfi*, 29. august. Kasutatud 12.01.2015
<http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/kaitseliidu-spetsialist-peab-euroopasse-tungivaid-pogenikke-saastaks-inimrampsuks-ja-mugavusprussakateks?id=72316861>

Pöld, A. (2015b). Sotsiaalmeedias larmavatele ametnikele loodi käitumisjuhend. *Delfi*, 16. detsember. Kasutatud 24.04.2017
<http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/sotsiaalmeedias-larmavatele-ametnikele-loodi-kaitumisjuhend?id=73212591>

Pääsuke, G. ja Soon, T. (2012). Kas Kaitsevägi või kaitsevägi? *Õiguskeel*. (109–111). Tallinn.

Rodewig, C. (2012). Social media misuse punishable under UCMJ. Kasutatud 6.03.2016
https://www.army.mil/article/73367/Social_media_misuse_punishable_under_UCMJ

Ryan, M. ja Thompson, M. (2016). *Social media in the military: opportunities, perils and a safe middle path*. Kasutatud 20.04.2017 <http://groundedcuriosity.com/social-media-in-the-military-opportunities-perils-and-a-safe-middle-path/>

Social media in the armed forces (2016). Kasutatud 20.04.2017
<http://www.esrc.ac.uk/files/news-events-and-publications/evidence-briefings/social-media-in-the-armed-forces/>

Sõdurilehe Facebooki lehekülg. Kasutatud 12.12.2016
<https://www.facebook.com/s6durileht/?fref=ts>

Tavani, H. T. (2008). Informational Privacy: Concepts, Theories and Controversies. H. T. Tavani (Toim.). *The Handbook of Information and Computer Ethics* (lk 131–164). New Jersey: Wiley.

Teder, M. (2015). Kaitseliit tegi juhised sotsiaalmeedias käitumiseks, *Postimees*, 8. november. Kasutatud 10.10.2016 <http://www.postimees.ee/3389555/kaitseliit-tegi-juhised-sotsiaalmeedias-kaitumiseks>

The Do's and Don'ts of Maintaining OPSEC on Social Media (2016). Kasutatud 21.04.2017 <https://military.id.me/community-news/social-media-opsec/>

Uniform Code of Military Justice (1949). Kasutatud 6.11.2016 https://www.loc.gov/rr/frd/Military_Law/pdf/morgan.pdf

USA sõjavägi on sattunud keset alastifotode skandaali (2017). *Postimees*, 10.märts. Kasutatud 31.03.2017 <http://maailm.postimees.ee/4041119/usa-sojavagi-on-sattunud-keset-alastifotode-skandaali>

Weber, J. S. (2013). Political speech, the military, and the age of viral communication. *Air Force Law Review*, 69, lk 92–152.

Vene meedia leidis võimaluse Eestit Lääne suu läbi rassismis süüdistada (2015). Kasutatud 7.11.2016 <https://www.propastop.org/2015/12/15/vene-meedia-leidis-voimaluse-eestit-laane-suu-labi-rassismis-suudistada/>

Veskioja, R. (2015). Kaitsevägi Võrno arvamusalaldusest pagulaste suhtes: kõik kaitseväge inimesed peavad järgima üldtunnustatud eetika ja moraalinorme. *Delfi*, 18. juuni. Kasutatud 09.01.2016 <http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/kaitsevagi-vorno-arvamusalaldusest-pagulaste-suhtes-koik-kaitsevae-inimesed-peavad-jargima-ultunnustatud-eetika-ja-moraalinorme?id=71736435>

Võrno nimetas pagulasi metsalisteks (2015). *Postimees*, 17. juuni. Kasutatud 09.01.2016 <http://www.postimees.ee/3228347/vorno-nimetas-pagulasi-metsalisteks>

Õunapuu, L. (2012). Lumepallivalim. Kasutatud 12.11.2016 <https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/27764/lumepallivalim.html>

Yeung, D. ja Olikar, O. (2015). Loose Clicks Sink Ships. Kasutatud 27.01.2016
<http://www.usnews.com/opinion/blogs/world-report/2015/08/14/when-social-media-meets-military-intelligence>

LISAD

Lisa 1. Intervjuukava

Tere! Suur aitäh, et olid lahkelt nõus intervjuus osalema ning jagama oma kogemusi, mõtteid ja arvamusi. Ma palun, et sa vastaksid küsimustele võimalikult ausalt ja vabalt, sest siin pole õiged ega valesid vastuseid, kuna soovin teada sinu arvamusi ja kogemusi. Tagan su anonüümsuse ning kui sisse peaks lipsama ka mõni nimi, saan selle hiljem töös muude tähistega asendada, nii et keegi tööd lugedes ei teaks, kellest jutt käib. Kui sa millelegi vastata ei soovi, siis lihtsalt ütlegi nii. Salvestan meie vestluse ja kirjutan selle hiljem sõna-sõnaliselt analüüsi tarbeks üles. Avalikult meie intervjuu üles ei lähe. Olen sulle varasemalt kirjeldanud oma tööd ja selle eesmärgi, on sul nüüd enne alustamist selle jutu või töö kohta küsimusi?

(Soojendusküsimused)

- Kui kaua oled sa praeguseks kaitseväes olnud?
- Millised sotsiaalmeedia kontod sul olemas on?
- Kui kaua oled sa umbes erinevate sotsiaalmeedia platvormide kasutaja olnud?
- Kui mõtled oma tavalisele päevale, siis kui palju sa hinnanguliselt veedad aega sotsiaalmeediat kasutades?

(Sotsiaalmeedia kasutuspraktikad kaitseväes)

1. Millisteks tegevusteks sa tavaliselt sotsiaalmeediat kasutad?
2. Milline neist funktsioonidest sinu enda jaoks kõige olulisem tundub? Miks?
3. Rääkisime praegu eelkõige sinu eraelulisest sotsiaalmeedia kasutamisest, kuid kuivõrd kasutad sotsiaalmeediat kaitseväes tööalaselt? Millisteks tegevusteks?
4. Ka kaitsevägi on nüüdseks juba mõnda aega olnud sotsiaalmeedias esindatud. Esimesed Sõdurilehe-nimelised sotsiaalmeedia kontod lõi kaitsevägi Facebooki ja YouTube'i juba 2010. aastal ning Twitterisse kaitseväge-nimelise konto 2015. aastal. Mis sa arvad, mis põhjustel kaitsevägi erinevatesse sotsiaalmeedia kanalitesse kontod loonud on?
5. Oled sa ise mõnda kaitseväge sotsiaalmeedia kontot vaadanud või oled mõne lehe jälgija? Nimeta palun need.
6. (Kui on kontodega tuttav) Kuivõrd tulevad nendel sotsiaalmeedia kontodel sinu arvates välja need kaitseväge sotsiaalmeedia kasutuse põhjused, mida sa ennist välja pakkusid?
7. Kas kaitsevägi peaks sinu arvates sotsiaalmeedias esindatud olema? Miks?
8. Mida sinu arvates erinevate sotsiaalmeedia kontode omamine ja kasutamine kaitsevägele annab?

9. Nüüd, kui oleme juba võimalikest sotsiaalmeedia kasutusega seonduvatest hüvedest ja võimalustest rääkinud, siis mis sa arvad, milliseid probleeme või ohte võib sotsiaalmeedia kasutamine kaitseväe kontekstis tekitada? Aga üksikisiku (kaitseväelase) kontekstis?
10. Meenub sulle ehk mõni probleemsem juhtum seoses sotsiaalmeedia kasutusega kaitseväes näiteks enda või tuttavate kogemustele tuginevalt või meedias räägitu pinnalt? (Kui jah) Kirjelda neid juhtumeid, palun.
11. Kas oled kuulnud Hannes Võrno, Urmas Reitelmanni ja kolonel Jaak Tarieni sotsiaalmeedia postitustega seotud juhtumitest, mis meedias 2015. aastal suurt tähelepanu pälvisid? (Postituste tekstid kaasas ja lasen neil lugeda, kui nad näinud pole või kui ei meenu.)
12. Jutusta mulle palun, millest need postitused rääkisid, mida sa just lugesid?
13. Milline on sinu seisukoht nende kolme juhtumi kohta? Alustame näiteks Võrnost, siis Reitelmann ja Tarien.
14. Mehed tegid postitused oma isiklikel kontodel, aga nende öeldu toodi avalikkuse ette ning kanti üle kogu kaitsevägele ja Kaitseliidule. Mida sa arvad sellisest isikliku ja avaliku sõna kokkupõrkest?
15. Reitelmann sai oma sotsiaalmeedia postituse eest ametliku noomituse ja ei tööta enam avalike suhete osakonnas, kuidas sa sellisesse juhtumi lahendusse suhtud?

(Sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine)

16. Kas teile on kaitseväes tutvustatud mingisuguseid materjale seoses sotsiaalmeedia kasutamisega? (Kui jah) Milliseid?
17. (Kui seda ei maini) Kas oled teadlik, et kaitseväes on välja töötatud kaitseväelastele mõeldud juhend sotsiaalmeedia kasutamiseks nimega „Juhend kaitseväelaste osalemiseks sotsiaalmeedias“?
18. (Kui on materjalidega kokku puutunud) Mil määral oled isiklikult selle juhendiga/ muude materjalidega kokku puutunud?
19. Kas mäletad, millises kontekstis sa juhendmaterjali(de)ga kokku puutusid või kuidas neid teile tutvustati? Kirjelda palun.
20. Oled sa kursis sellega, mida see juhend /need materjalid sisaldab/sisaldasid? Räägi palun oma sõnadega.
21. Oled sa kursis, millise iseloomuga see/need juhendmaterjal(id) on – kas need on kaitseväelastele pigem soovituslikud või kohustuslikud või midagi muud?
22. Kuivõrd sa selles juhendis/muudes materjalides sätestatud enda sotsiaalmeedia tegevustes järgid?
23. Kuivõrd sinu hinnangul sinu kolleegid ehk teised kaitseväelased juhendmaterjalides sätestatud enda sotsiaalmeedia tegevustes järgivad selle põhjal, mis sa kuulnud-näinud oled?
24. Milline on sinu hinnangul negatiivne või ebasobiv sisu, mida mõni kaitseväelane sotsiaalmeedias postitada või jagada võib?

25. Kust jookseb sinu arvates sotsiaalmeediat kasutades piir vaba ja tööaja vahel sinu kui kaitseväelase jaoks?
26. Kuivõrd peaksid sinu arvates erineva sotsiaalmeedia kasutamise soovitusel ning kohustused kaitseväelastele ja tsiviilisikutele?
27. Millest need erisused/sarnasused tingitud on?
28. Kuivõrd sa sotsiaalmeediat kasutades tunned, et kaitseväelastele kehtestatud regulatsioonid suunavad või piiravad kuidagi sinu sotsiaalmeedia kasutust?
29. Millistes olukordades või mis teemade puhul oled seda tundnud? Kirjelda palun.
30. Kuidas sa sellised olukorrad enda jaoks lahendanud oled?
31. Kuidas sulle tundub, kuivõrd vajalikud sellised sotsiaalmeedia käitumist reguleerivad materjalid kaitseväelastele võivad olla? Põhjenda, miks?
32. Kuivõrd tõhusad praegu kehtivad sotsiaalmeedia regulatsioonid sinu arvates on? Miks sa nii arvad?
33. Kas sinu arvates on sotsiaalmeedia kasutuse reguleerimine kaitseväs hetkel ülereguleeritud, alareguleeritud või piisavalt reguleeritud? Miks sa nii arvad?

(Kui vastab, et alareguleeritud) Mida võiks veel olla, milliseid materjale?

(Privaatsuse kaitsmine)

34. Mis sa arvad, millele peaksid kaitseväelasena sotsiaalmeediat kasutades eraldi täiendavat tähelepanu pöörama? Miks?
35. Kuidas suhtud sellesse, et sinu isiklikul sotsiaalmeedia kontol olev info võib jõuda näiteks sinu ülemuseni? Kas see paneb sind kuidagi teisiti käituma? Kuidas?
36. Kas ja milliseid võtteid sa enda postituste ja enda sotsiaalmeedia kontode privaatsena hoidmiseks kasutad?

Intervjuu lõpus: Kas sul tekkis antud teemaga seoses veel mingisuguseid mõtteid või soovid sa midagi lisada?

Suur aitäh sulle intervjuu eest! Kui sul tekib mingisuguseid küsimusi, võid minuga julgelt ühendust võtta.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Ivika Lehtsalu (sünnikuupäev: 28.04.1995),

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Sotsiaalmeedia kasutamine ja kasutamise reguleerimine Eesti Kaitseväes: Kaitseväe Ühendatud Õppeasutuste Kõrgema Sõjakooli kadettide kogemuste näitel“, mille juhendaja on professor Andra Siibak,
 - 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, 29.05.2017